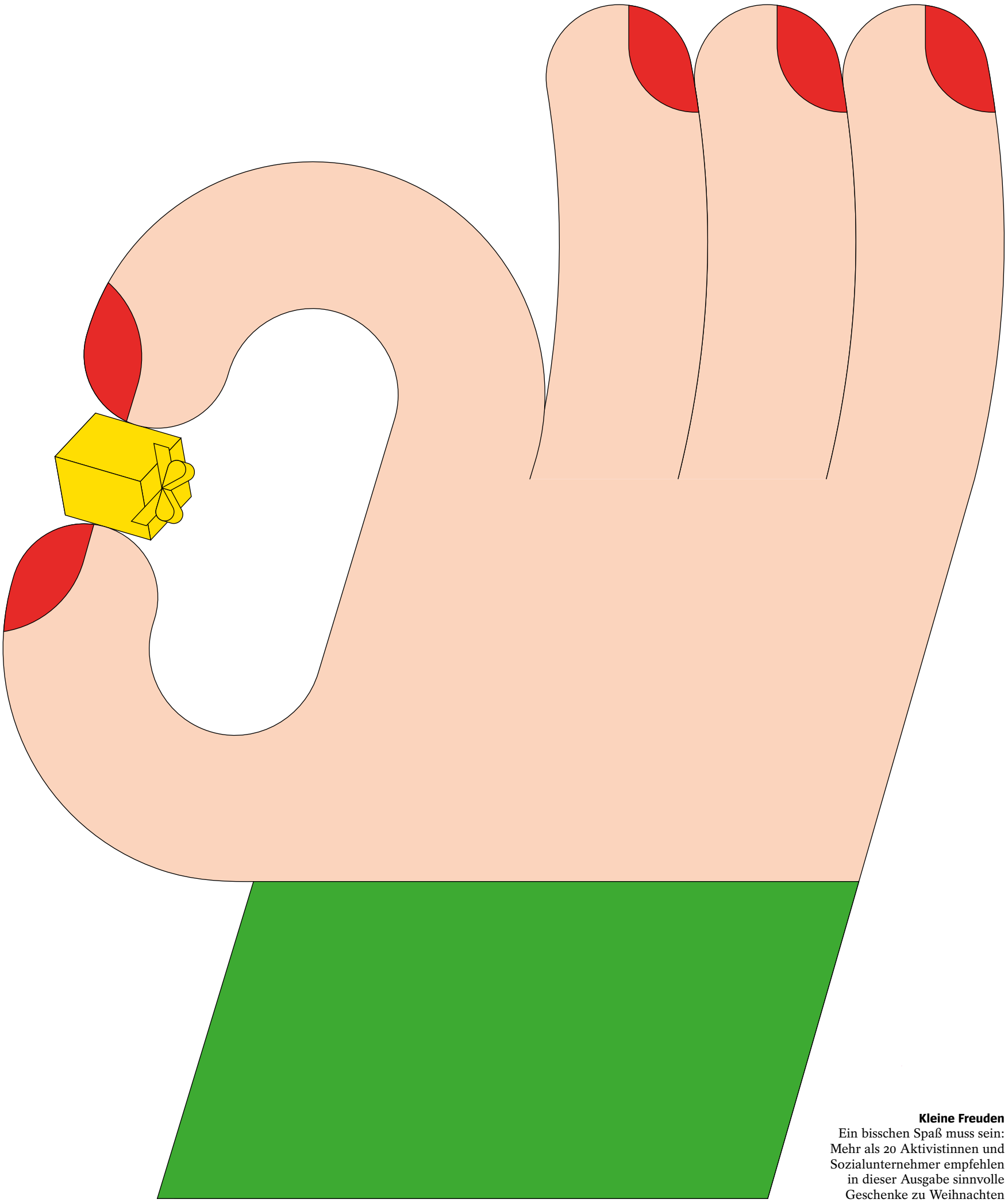
S-Magazin Nr. 16: *Vom Geben und Nehmen* Konsum, der Gutes bewirkt



Kleine Freuden
Ein bisschen Spaß muss sein: Mehr als 20 Aktivistinnen und Sozialunternehmer empfehlen in dieser Ausgabe sinnvolle Geschenke zu Weihnachten

AACHEN-EILEND, **Krüttgen** - *ALTENRIET* **Fenchel Wohnfaszination** - *ARNSBERG-NEHHEIM* **Wiethoff** - *BENSHEIM-AUERBACH* **Möbelhaus Albiez** - *BERGISCH GLADBACH* **Patt Einrichtungen** - *BERLIN* **Leolux Boutique Berlin by Kuhlmey** - *BERLIN* **Wohndesign** - *BERLIN* **Kusian** - *BERLIN* **Lakeside Interiors** - *BLANKENHAIN* **by-Land Möbelstudio** - *BONN* **HSR Hesbo** - *BONN* **Loft Designmöbel** - *BRAUNSCHWEIG* **Möbel Homann** - *CHEMNITZ* **Möbelgalerie Tuffner** - *DATTELN* **Möbel Meyer** - *DETMOLD* **ergo:nomie** - *DÜSSELDORF* **Felix Thonet Shop** - *ERLANGEN* **Stocker** - *ESSLINGEN* **Profil Einrichtungen** - *ETTLINGEN* **Haug Wohn-Design** - *FRIEDBERG* **Segmüller** - *GEORGSMARIENHÜTTE* **Dransmann** - *GÖPPINGEN* **GRIMM** - *GÖTTINGEN* **Einrichtungshaus Günther** - *GROSS GERAU* **Möbel Heidenreich** - *HALTERN AM SEE* **Döbber Möbel** - *HAMBURG* **Marks Einrichten** - *HANAU* **Möbel Eckrich** - *HANNOVER / GARBSEN* **Möbel Hesse** - *HEIDE* **Raumkonzepte Zachen** - *HEILBRONN* **Fromm** - *HEMMINGEN-Westerfeld* **Möbel Böhm** - *HERXHEIM* **Einrichtungshaus Weber** - *HIDDENHAUSEN* **Ottensmeyer Wohndesign** - *HOLZGERLINGEN* **Möbel Luxmann** - *ILLINGEN* **Möbelhaus Dörrenbächer** - *KAARST* **Hügen Raum und Design** - *KEHL-GOLDSCHEUER* **Kruss** - *KÖLN* **Pfannes & Virnich** - *KORNWESTHEIM* **Die Einrichtung Kleemann** - *KREFELD* **Stefan Küstermann** - *KREFELD* **Lumma** - *KREFELD* **Hafels** - *KREFELD* **Feldmann** - *KRONACH* **Wohnstudio Vivere** - *KÜNZELSAU-GAISBACH* **Schmezer** - *LANGENFELD* **W & A Wohnen** - *LANGENLONSHEIM* **Möbelhaus Carl Fuchs** - *LANGERWEHE* **Möbel Herten** - *LAUCHRINGEN* **Möbel Dick** - *LEINFELDEN-ECHTERDINGEN* **Wohndekor Karl Müller** - *LEIPZIG* **Möbel Weber** - *MAINZ* **Einrichtungshäus Holz** - *MANNHEIM* **Segmüller** - *MANNHEIM* **Westfalia Möbel Peeck** - *MAULBURG* **Einrichten Schweigert** - *MOERS-KAPELLEN* **Drifte Wohnform** - *MÖNCHENGLADBACH* **Tellmann Einrichten** - *MONTABAUR* **A-M-S Möbel** - *MÜLHEIM AN DER RUHR* **Partenheimer** - *NEUMARKT* **Die Einrichtung Pröbster** - *NEUWIED* **Die Wohnfabrik** - *NÜRNBERG* **Polsterhaus Schlosser** - *OLDENBURG* **Möbel Weirauch** - *OLPE-LÜTRINGHAUSEN* **Möbelhaus Zeppenfeld** - *PARSDORF* **Segmüller** - *PUHLHEIM* **Segmüller** - *RAVENSBURG* **Maurer Wohnen** - *RIETBERG* **Knaup individuelles wohnen** - *SCHWABMÜNCHEN* **Bruckner** - *SCHWELM* **Hüls Einrichtungshäuser** - *SINDELFINGEN* **Mornhinweg** - *SOLINGEN* **Möbel Dombny** - *SPEYER* **richard maurer wohndesign** - *STOCKACH* **Wohnparc Stumpp** - *SYKE* **Wagner Wohnen** - *ULM* **Prinz Wohnen** - *VILLINGEN* **Würthner Wohnen** - *VOERDE* **Wohnwelt Fahnenbruck** - *WEIDENBERG* **Gebhart** - *WEITERSTADT* **Segmüller** - *WETZLAR* **Möbel Schmidt** - *WIESLOCH* **Weckesser Wohnen** - *WUPPERTAL* **Audio 2000**

Leolux Design Center Elbestraße 39, Krefeld (NRW) • **Leolux Boutique** - Kantstraße 17, Berlin
www.leolux.de • Sessel: **Caruzzo** (Frans Schrofer)

leolux

S-Magazin
Das Stilmagazin des **SPIEGEL**
November 2021

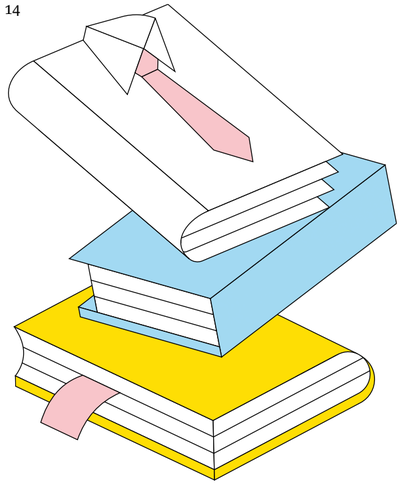
Den Inhalt dieses Hefts finden Sie auch auf spiegel.de/leben/stil/s-magazin

»**Wir haben aus Vernunftgründen gegen so gut wie alles, was uns vor Kurzem noch Freude gemacht hat,** eine massive Ablehnung entwickelt«, schreibt der Philosoph Robert Pfaller in seinem Essay für diese Ausgabe. Weil es zu ungesund, teuer, gefährlich oder schädlich für die Umwelt ist, der Diversität, Geschlechter- und Generationengerechtigkeit zuwiderläuft. Zu viel Vernunft kann sich jedoch ins Gegenteil verkehren, uns Lust und Leichtigkeit nehmen, so Faller. Diese Befindlichkeit haben wir auch gespürt bei den Anfragen zum Hauptstück in diesem Heft. Wir haben Dutzende Aktivisten und Aktivistinnen, Sozialunternehmer und -unternehmerinnen gebeten, Tipps zu geben für Geschenke zu Weihnachten. Kleine, sinnvolle Präsente von Menschen, die sich für eine gerechtere, bessere Welt einsetzen. Viele der Befragten mochten sich nicht beteiligen – zu konsumig, zu werblich, nicht nachhaltig genug. Ab Seite 14 beweisen aber 21 Persönlichkeiten, dass es letztlich gar nicht so schwer ist, etwas Schönes zu schenken. Auch in den anderen Beiträgen in dieser Ausgabe geht es darum, die Freude nicht zu verlieren und manchmal auch unvernünftig zu sein. Hätte zum Beispiel Andreas Tölke nicht gegen alle Vernunft seinen Job als Journalist aufgegeben, um sich seit 2015 um Flüchtlinge zu kümmern, dann gäbe es heute nicht das Berliner Restaurant »Kreuzberger Himmel«, in dem Menschen aus zehn Nationen arbeiten und Gäste mit Spezialitäten aus ihrer Heimat bekochen. Ein Glück für alle. Pfaller zitiert Erasmus von Rotterdam, der Anfang des 16. Jahrhunderts feststellte, dass ohne die »Unvernunft uns alles Lohnende des Lebens fehlen würde«. **Viel Freude mit S, Ihre Redaktion**

24

10

14



04 Magazin I
Klassiker: Der Cowboystiefel / Was für ein Blick: das Icaro-Hotel auf der größten Alm Südtirols / Kolumne: Die Dinge des Lebens

06 Magazin II
Herzenssache von Designer Marcel Ostertag / Interview mit der Filmemacherin Julia von Heinz zu ihrer aktuellen Fernsehserie / Wein-Kolumne: High Glass

08 Magazin III
Architektin Ellen van Loon, die Frau hinter dem aktuellen KaDeWe-Umbau, über modernes Einkaufen, die Lust am Bummeln und das Erlebnis des analogen Shoppings

10 Streetstyle
Die Farben von Malibu

12 Auftakt
Der Philosoph Robert Pfaller erklärt, warum zu viel Vernunft schädlich ist und wie sie sich ins Gegenteil verkehrt

14 Fair schenken
Konsum ohne schlechtes Gewissen ist möglich. Wir haben 21 Persönlichkeiten, die sich für soziale und nachhaltige Themen einsetzen, um Tipps für sinnvolle Weihnachtsgeschenke gebeten

24 Neue Heimat
Drei Restaurant-Initiativen bieten Geflüchteten neue Jobs und den Besuchern kulinarische Weltreisen. Zu Besuch in Berlin, Wien und München

28 Hier kocht der Chef
Voller Geschmack, ohne Reue: In der Frankfurter »Zeil-Kitchen« serviert Gastronom Nir Rosenfeld israelische Klassiker in veganen Varianten

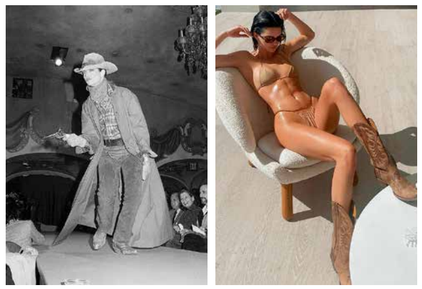
29 Außer Atem
Die Kolumne von Wolfgang Höbel

Impressum

30 Das gezeichnete Interview
Von und mit dem deutschen Designer Mark Braun

Illustration Titel und diese Seite: Konrad Adam Modrzejewski; Foto Restaurant: Habibi & Hawara; Foto Streetstyle: Brigitte Steinmetz

Smart und selbstreinigend
Heißes bleibt in dieser Flasche heiß, Kaltes kalt – und alles frisch und sauber: Alle zwei Stunden wird im Innern UV-C-Licht aktiviert, das 99,9 Prozent aller Keime beseitigt. Ab 89 Euro. **livelarq.com**



Gestern und heute Mannequin in Cowboy-Boots auf dem Laufsteg von Ralph Lauren in den Siebzigerjahren und Kendall Jenner kürzlich mit wenig sonst außer hellbraunen Wildlederstiefeln mit besticktem Schaft

Der Cowboy-Stiefel

Klassiker Kendall Jenner postete im Sommer ein bemerkenswertes Bikini-Selfie, das den Fokus von ihrem Körper auf ihre Stiefel lenkte. Ein Beweis: Cowboy-Boots sind wieder das Lieblingsaccessoire experimentierfreudiger Modefans. In New York und Berlin trägt man sie zu Shorts wie langen Röcken. Bottega Veneta interpretiert den Klassiker neu, und auch der Erfolg des Rappers Lil Nas X, der sich häufig in Cowboy-Kluft inszeniert, hat die Lust am Country-Look befeuert. Die ehemalige Managerin des Schuhlabels Stuart Weitzman, Maurizia Lastilla, hat jüngst Sonora wiederbelebt, das italienische Traditions-Label für Cowboy-Boots. »Die Stiefel sind so bequem wie Sneakers und lassen ein Outfit dabei edler aussehen«, sagt sie. Die Boots – mit ihrem hohen, robusten Schaft, der spitzen Kappe und dem schrägen Absatz – sollten einst die Sattelfestigkeit der Herdentreiber im Wilden Westen erhöhen. Hollywood prägte das Macho-Bild vom Cowboy mit passendem Schuhwerk. Amerikanische Cowgirls, die im frühen 20. Jahrhundert zu Rodeo-Stars aufstiegen, trugen es ebenso wie in den Siebzigern die Models bei Ralph Lauren. »Cowboy-Stiefeln haftet etwas Wildes an. Sie sind Teil der amerikanischen Kultur«, sagt Lauren, der den gehobenen Western-Stil zu seinem Markenzeichen gemacht hat. Heute gibt es die Klassiker mit allen erdenklichen Verzierungen. Wie auch immer sie aussehen, sie signalisieren: Die Träger halten die Zügel ihres Lebens fest in der Hand. *Silvia Ihring*

Was für ein Blick!

Berg-Paradies
Auf der größten Hochalm Europas, 1900 Meter überm Meeresspiegel, mitten im Unesco-Weltnaturerbe in Südtirol, liegt das frisch eröffnete Icaro-Hotel: ein neuer Rückzugsort auf der Seiser Alm aus moderner Holzarchitektur – und mit Kunst und unschlagbarem 360-Grad-Ausblick auf die Dolomiten ausgestattet. Ab 120 Euro pro Person und Nacht, **hotelicaro.com**

Die Dinge des Lebens

von Claudia Voigt

Teuer, teurer, am teuersten Ich war dabei, als die große Verwechslung von Luxus mit Statussymbolen begann. In den frühen Achtzigerjahren tauchten an Kleidungsstücken und Accessoires plötzlich überall Logos auf und wurden schrecklich wichtig genommen. Vorher trug man eine Jeans, nun kaufte man sich eine neue Levi's, und das war erst der Anfang.

Die Schule, die ich besuchte, bot ein ideales Forschungsfeld, was mir damals selbstverständlich schnurzpiepe war, aber im Nachhinein ist das interessant. Das Gymnasium lag zwischen zwei Stadtteilen, in dem einen war die mittlere Mittelschicht zu Hause, Dreizimmerwohnungen, Reihenhäuser, in dem anderen Viertel lebte man in schicken Einzelhäusern und Villen. Wir Kinder der Siebziger trafen uns in der Schule, freundeten uns an. Viele Jahre machte es keinen Unterschied, wer wo zu Hause war, wir besuchten uns gegenseitig, bei der einen Klassenkameradin gab es einen Pool im Garten, also trafen wir uns im Sommer dort. Die Mutter einer anderen Freundin fuhr ein Cabriolet, wenn sie uns damit irgendwo abholte, war das natürlich viel lustiger, als im Passat nach Hause gefahren zu werden. Heute weiß ich, dass es ein Mercedes SL war, damals sagte niemand von uns Mercedes, sondern einfach Cabrio, die Familie hatte von all ihren Autos (ja, es gab mehrere) die Modellbezeichnung entfernen lassen. Hinweise aufs persönliche Vermögen galten als vulgär. Machte man nicht.

Deshalb war es auch sehr seltsam, als im Tennisverein eine Frau mit einer Tasche auftauchte, über und über mit dem Louis-Vuitton-Logo bedruckt. Ich weiß noch, wie hässlich ich das fand. Doch bald kamen Lacoste-Sweatshirts, dann wünschte auch ich mir nicht nur eine Levi's, sondern besser eine Fiorucci-Jeans zu Weihnachten. Am selben Gymnasium wurde mittlerweile darauf geachtet, in welchen Klamotten man zur Schule kam. Der unbeschwerte Luxus, bei Kathrin in den Pool zu springen und im Cabrio von Susannes Mutter die langen Haare im Wind flattern zu lassen, wurde überlagert von der Erkenntnis: Wow, die können sich das leisten.

Mit dem Luxus ist es leider nicht einfach. Manchmal ist er durchaus mit größeren Investitionen verbunden, eine Flugreise nach New York zum Beispiel ist in einer gehobenen Flugklasse ungleich weniger strapaziös als auf einem engen Sitz in der Economy. Ein Swimmingpool und ein Cabrio versprechen einfach eine Menge Spaß.

Doch irgendwann zwischen den Achtzigern und heute geschah es, dass alles, was teuer ist, auch als luxuriös galt. Dass beides zwangsläufig miteinander verknüpft wurde, teuer wurde zu einem Synonym von luxuriös. Der Gestus »Ich kann mir das leisten« schien die Frage »Will ich das überhaupt haben?« ausgelöscht zu haben. Statussymbole wurden zum Wert an sich, der Preis eines Produkts, seine Exklusivität, sein Name und sein Logo – das alles bedeutete das Versprechen auf Glück.

Als ich nach dem Lockdown in der Hamburger Innenstadt an einer Filiale von Louis Vuitton vorbeiging, stand dort eine Warteschlange von über 30 Personen (ja, ich hab's gezählt). Meine Tennisvereinerfahrung mag mich geprägt haben, jedenfalls – mit dieser Marke und mir, das wird nix mehr. Und ich fragte mich: Warum wollen bloß so viele dieses Zeug haben?

Weil es mir plötzlich als großer Verlust erschien, dass die Markenkonsumwelt die Idee des Luxus komplett gekapert hat, fing ich an, mir zu überlegen, was für mich luxuriös ist und herzlich wenig kostet: der Blick auf den bunt verfärbten Ahornbaum vor meinem Schlafzimmerfenster morgens zum Beispiel; einen Tag lang keine festen Pläne zu haben; mit einer wasserdichten Jacke durch den Regen zu spazieren; der Sonnenuntergang an der Elbe. Es macht Spaß, die Dinge mal aus dieser Perspektive zu betrachten. Mindestens so viel wie das Cabriofahren mit meinen Schulfreundinnen. S

Fotos: Bettmann / Getty Images; Kendall Jenner

SAMMLER WERDEN, KANN SO LEICHT SEIN.
HANDSIGNIERTE, LIMITIERTE KUNST ONLINE UND IN 25 GALERIEN WELTWEIT

LUMAS ART EDITIONS GmbH, Ernst-Reuter-Platz 2 10587 Berlin.
Änderungen und Irrtümer vorbehalten. Interior © Herrendorf Interior Design, Berlin

SPECIAL ART EDITION
HEIKO HELLWIG
MANIFOLD BLUE
91,2 X 61,2 CM
GERAHMT & SIGNIERT
299 €

LUMAS.DE

BERLIN · LONDON · NEW YORK · PARIS · WIEN · ZÜRICH
DORTMUND · DÜSSELDORF · FRANKFURT · HAMBURG · HANNOVER · KÖLN
MANNHEIM · MÜNCHEN · STUTTGART · WIESBADEN

THE LIBERATION OF ART

LUMAS

Herzenssache »Ich sammle Vasen schon seit meiner Jugend. Diese Leidenschaft entstand, da ich Blumen seit jeher sehr liebe. Ich übergebe nun eines meiner liebsten Stücke aus dem 20. Jahrhundert an den nächsten Besitzer. Die Glasvase von Opaline Florence habe ich vor sieben Jahren bei einem Händler in Weißenburg erstanden. Ich stöbere gern durch Antikläden und lasse mich von vergangenen Zeiten beflügeln. Opaline Florence inspiriert mich als Designer sehr. Ich liebe die Muster und intensiven Farbkombinationen. Die Stücke sind sehr beliebt unter Sammlern. Ich wünsche der Person, die dieses ersteigert, viel Spaß damit.«

Für jede Ausgabe von S spenden Prominente ein privates Objekt. Diesmal: die Opaline-Florence-Vase aus der Sammlung des Berliner Modedesigners Marcel Ostertag, 42 (Foto), der seit 15 Jahren sein gleichnamiges Label betreibt.

Schicken Sie Ihr Gebot bis 30.11. an herzenssache@spiegel.de. Der Erlös geht auf Wunsch von Marcel Ostertag an das Berliner Tierheim. tierschutz-berlin.de

Ein Ort der Schönheit

Julia von Heinz ist eine der derzeit erfolgreichsten deutschen Filmemacherinnen. 2020 feierte ihr autobiografisch geprägter Spielfilm »Und morgen die ganze Welt« Premiere bei den Filmfestspielen in Venedig. Am 25. und 27. Dezember um 20.15 Uhr läuft ihr Serien-Epos »Eldorado KaDeWe – Jetzt ist unsere Zeit« im Ersten. Der Zweiteiler um vier junge Menschen spielt zu Beginn der Weimarer Republik in der Metropole Berlin. Im Zentrum: das berühmteste Kaufhaus Deutschlands.

S-Magazin *Was reizte Sie am KaDeWe als Stoff für eine TV-Serie?*

von Heinz In dem Haus kommen viele Themen zusammen, die mich schon lange beschäftigen: jüdische Enteignung, Antisemitismus, die große lesbische Subkultur Berlins in den Zwanzigerjahren. Die 1920er waren eine politisch aufgeladene Dekade, die wir etwa über die fiktive Tochter Fritzi des Kaufhausgründers Adolf Jandorf und ihre Liebesbeziehung zur Verkäuferin Hedi erzählen. Auf einen Mann kamen nach Ende des Ersten Weltkrieges vier Frauen in der Stadt. Es war die Stadt der Frauen, wie auch unsere erste Episode heißt. Das Eldorado war ein berühmter queerer Club, der später zum NSDAP-Büro wurde. So zeigen wir ein kurzes Fenster von kultureller und sexueller Freiheit und Leichtigkeit, die diese Zeit so besonders machten, bevor die Nazis all dies zerstörten.

S-Magazin *Es geht in der Serie also um die Flucht aus dem Kriegstrauma, um die Goldenen Zwanziger.*

von Heinz Auch, ja. Jandorfs Sohn Harry sagt in unserer Serie, das KaDeWe sei ein Ort der Schönheit – auch wenn alles darum herum in Hässlichkeit versinkt. Er wollte, dass das Haus ein Erlebnis ist (siehe Seite 8, die Red.).

S-Magazin *Die Geschichte des Kaufhauses ist stark an die deutsche gekoppelt. Was sagt die Serie über unsere Gegenwart?*

von Heinz Wir haben sie halb historisch, halb dystopisch inszeniert. Wir verschränken die Zeiten miteinander, 1920 und 2020. Man blickt auf den Wittenbergplatz von heute, auf dem NSDAP- neben AfD-Plakaten hängen. Die Slogans sind erschreckend ähnlich. Unsere Demokratie ist heute viel stärker als damals, aber die Themen, die in der Serie relevant sind, haben viel mit der Gegenwart zu tun. Es ist nicht die Zeit, eine Geschichte rein eskapistisch zu drehen. *Bianca Lang*

01

02

01
Julia von Heinz, 45, Regisseurin und Drehbuchautorin von »Eldorado KaDeWe – Jetzt ist unsere Zeit«

02
Die Hauptdarsteller der Serie Joel Basman, Valerie Stoll, Lia von Blarer und Damian Thüne (v.l.) in einer Szene auf dem Kaufhausdach

High Glass

Die Weinkolumne

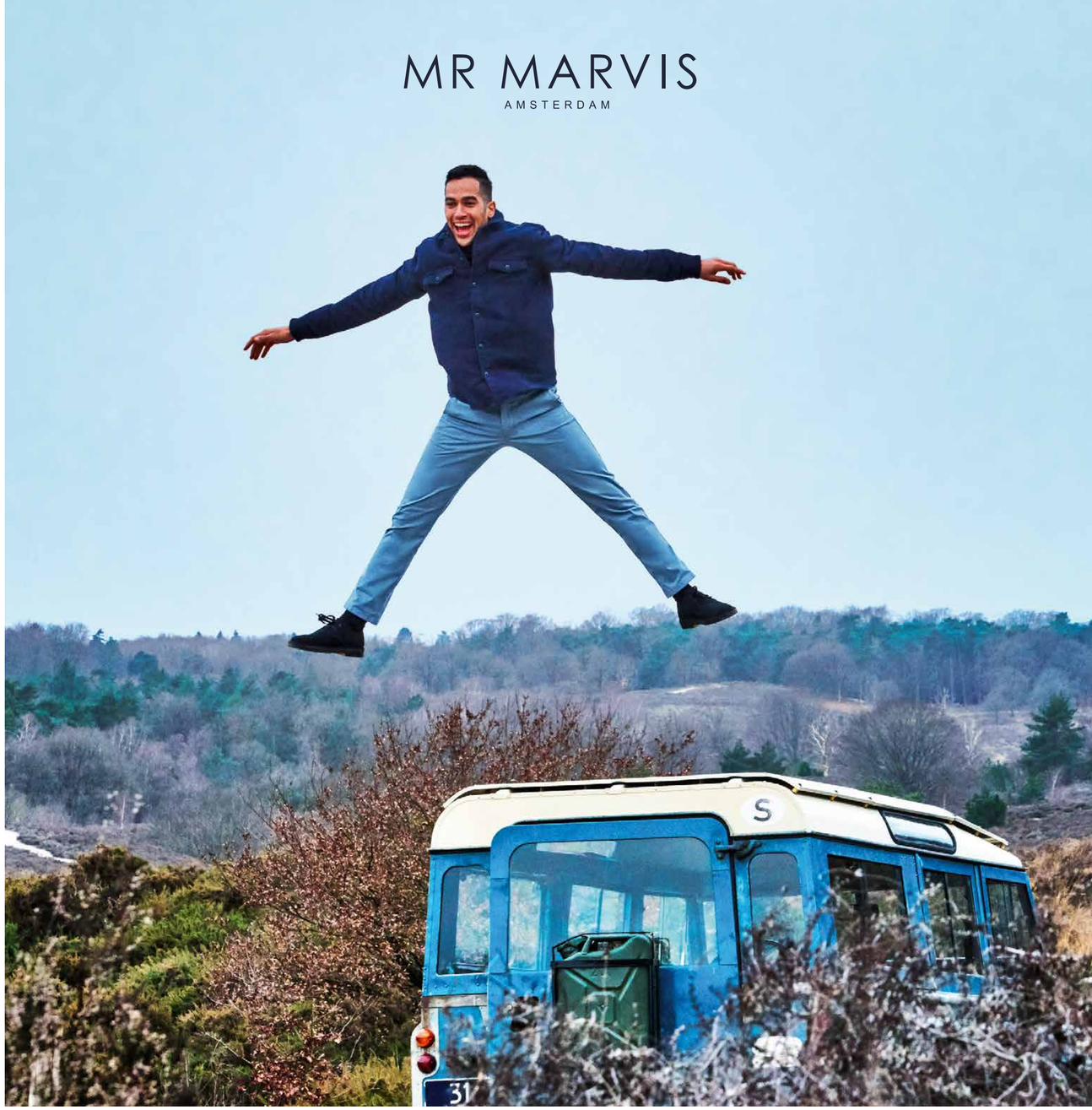
Es muss nicht gleich Champagner sein. Wer zum Jahresende einen leichten Wein sucht, dem rate ich zum Kabinett. Das ist eine Kategorie, die sich zunehmender Beliebtheit erfreut, eben weil ein Kabinett kein schwerer, sondern ein filigraner, stets animierter Wein ist, der trotz geringen Alkoholgewichts über eine atemberaubende Geschmacksintensität verfügen kann, gerade wenn es sich um Riesling handelt. Eine Lage meines Klimaschranks ist stets mit Kabinett-Rieslingen von Mosel, Nahe oder Rhein belegt, weil dieses nominell niedrigste Prädikat im deutschen Prädikatsweinsystem der beste Stimmungsaufheller ist. Schließlich geht der kleine Rest unvergorenen, natürlichen Traubenzuckers sofort ins Blut.

Die Trauben für Kabinett-Weine werden recht früh gelesen, weil zu reife Trauben den Alkohol- oder auch Zuckergehalt nach oben treiben. Da Hefe Zucker in Alkohol verwandelt, kommt es auf die Balance von Restzucker und Alkohol an, aber auch von Extrakt und Säure. Stimmt alles, ist ein Kabinett das C-Dur des Weins. Leider gibt es nur noch wenige trockene Kabinett-Rieslinge (einige herausragende bei Markus Molitor), aber die dezent süßen sind auch allzu verführerisch. Gerade höhere oder schattigere Lagen auf Schiefer- und Vulkanböden eignen sich für diese Art Weine, da diese hier nie schwerfällig werden. An der Nahe etwa hat das berühmte Weingut Dönnhoff 2020 eine Serie fantastischer Riesling-Kabinette erzeugt. Mein Favorit: der Niederhäuser Klamm. Er öffnet sich mit einem reinen, raffinierten, würzig-steinigen Bouquet aus Aromen von tropischen Früchten und kristallinen Noten. Am Gaumen ist er rund und üppig, ein intensiver und erfrischender Kabinett mit sehr anregendem und saftigem Abgang. Mehr Geschmack kann man für neun Prozent Alkohol nicht bekommen. Ich rate zur Zwölferkiste (310 Euro, über millesima.de), weil eine Flasche niemals reicht und dieser Kabinett über viele Jahrzehnte reifen kann. S

Stephan Reinhardt, 53, bewertet etwa 4000 Weine jährlich für Robert Parkers »Wine Advocate«.

Foto Julia von Heinz: Sebastian Wells / Agentur Ostkreuz

MR MARVIS
AMSTERDAM



NEU: DIE COOLERDAYS

MACH DICH BEREIT FÜR DAS KALTE WETTER

Wenn der Herbst kommt, sind auch die kühleren Tage wieder da. Deshalb stellt MR MARVIS die Coolerdays vor: die perfekte Hose für Temperaturen von unter null bis zu fünfzehn Grad Celsius. Der bequeme, warme und dehnbare Stoff ist GOTS-zertifiziert und besteht aus 97% Bio-Baumwolle und 3% Elastan. Jetzt in 14 Farben erhältlich.

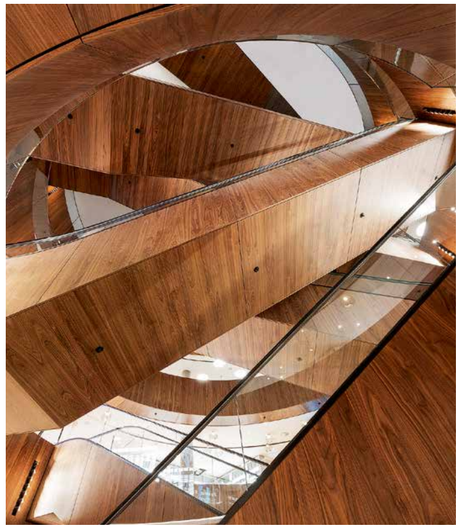
GEFERTIGT IN PORTUGAL
ELASTISCHER HOSENBUND
REISSVERSCHLUSSTASCHE
KOSTENLOSER VERSAND

BESTELLE JETZT DIE COOLERDAYS AUF MRMARVIS.DE

Shoppen mit allen Sinnen

Das KaDeWe ist eines der berühmtesten Kaufhäuser Europas, gerade wurde es umgebaut. Architektin Ellen van Loon, die das Projekt geleitet hat, hat für uns aufgeschrieben, was ein Einkaufstempel heute bieten muss und warum Onlineshopping nicht glücklich macht.

01



02

03

Nach dem letzten langen Winter im Lockdown wimmelte es in den Einkaufsstraßen wieder von Menschen. Auch Geschäfte, die als nicht lebensnotwendig galten, hatten wieder geöffnet. Kunden warteten in Schlangen, sogar ohne Rabattangebote. Was ist es, das den persönlichen Einkauf noch so attraktiv macht?

Mit Beginn der Pandemie erlebten wir eine Explosion des elektronischen Handels, von Panikkäufen bis zu Investitionen. Ob Toilettenpapier, Sweatshirts, Duftkerzen oder Kunstwerke: Jeder fünfte Einkauf wird heute online getätigt – das war vor der Pandemie erst für 2023 vorausgesagt worden. Vielerorts stapeln sich Pappkartons neben überfüllten Papiercontainern – der physische Beweis für die digitale Revolution. Und wie jede Revolution hat auch diese ihre Opfer. Zahlreiche Einzelhandelsketten und Einkaufszentren haben Konkurs angemeldet und hinterlassen Millionen leer stehender Quadratmeter. Die Apokalypse des Einzelhandels sei nahe, riefen Kritiker.

Zugleich geschieht Erstaunliches. Inmitten des E-Commerce-Booms treten einige Digitalunternehmen den Weg ins Analoge an: Die Luxusgüterplattform Farfetch etwa eröffnete im April in London ihren Store of the Future, am selben Tag, an dem die Ausgangssperre in Großbritannien aufgehoben wurde. Der deutsche E-Commerce-Händler Zalando kündigte eigene Flagship-Stores in Berlin, London und Paris an. Sogar Amazon plant die Eröffnung einer Reihe von Kaufhäusern. Warum sollte das Unternehmen, das im Alleingang zahllose stationäre Läden in den Ruin getrieben hat, nun selbst einer von ihnen werden?

Onlineshopping ist praktisch, aber genau deshalb ist seine Attraktivität begrenzt. Beim persönlichen Einkauf geht es um mehr als nur um den Kauf von Dingen. Das mag mehr Zeit und Geld kosten, aber es ist eine Gelegenheit, mit Freunden oder der Familie dem Alltag zu entfliehen. Ein Geschäft kann im Gegensatz zu einer Website die Sinne anregen und die Kunden auf vielfältige Weise unterhalten.

Zu Beginn des 20. Jahrhunderts erklärte Selfridges in London, dass Einkaufen Vergnügen und Unterhaltung sei. Die Menschen besuchten Kaufhäuser nicht nur wegen der neuesten Produkte, sondern auch wegen ihrer Restaurants, Dachgärten oder Empfangsbereiche. Es waren die Orte, an denen sich die Pioniere des Kinos aufhielten und Frauen zum ersten Mal ohne männliche Begleitung speisen konnten. Man kaufte nicht nur ein, sondern traf sich mit anderen, um etwas zu erleben und sich auszutauschen. Während des Ersten Weltkriegs präsentierte Selfridges in den Schaufenstern Kriegsnachrichten. Nach dem Ende des Zweiten Weltkriegs eröffnete im De Bijenkorf in Amsterdam eine Ausstellung über diese düstere Zeit. In den Fünfzigerjahren zeigte La Rinascente in Mailand Länderschauen über Japan oder Indien. Kaufhäuser wie Galeries Lafayette, La Rinascente und das gerade umgestaltete KaDeWe existieren heute noch, weil sie sich immer wieder neu erfinden.

Zugleich werden die Auswirkungen des elektronischen Handels auf die Umwelt stärker infrage gestellt. Wir dachten, der Einkauf im Netz sei nachhaltiger als der vor Ort. Beim Surfen im Internet wird aber mehr Strom verbraucht als beim Beleuchten und Heizen von Verkaufsräumen. Heute wissen wir, dass die Auslieferung der bestellten Produkte eine immer größere Anzahl von Fahrten erfordert und somit zusätzliches CO_2 freisetzt. Dazu kommen Rücksendungen, die während der Pandemie stark zugenommen haben. In den meisten Fällen werden die Produkte danach aus Kostengründen nicht mehr vermarktet, sondern landen auf der Mülldeponie. Wenn die derzeitige Entwicklung anhält, könnte der elektronische Handel in weniger als einem Jahrzehnt zu einem der größten Umweltverschmutzer und Verursacher von Verkehrsstaus werden.

Trotz seines Wachstums wird der Online-Einkauf das physische Geschäft nicht ersetzen, sondern ergänzen. Smarte Spiegel ermöglichen es in Zukunft, eine ganze Kollektion anzuprobieren, intelligente Regale informieren Händler über den Warenbestand, und Einkaufskörbe scannen Produkte, um das analoge Einkaufen leichter und effektiver zu gestalten.

Große Veränderungen ergeben sich, wenn das Digitale und das Physische kombiniert werden. Mit der Website zusammen ist das Geschäft von seiner kommerziellen Funktion befreit. Ein Bummel wird zur Gelegenheit, ein Kleidungsstück auszuprobieren, das man online gesehen hat, es abzuholen oder zurückzugeben – oder einfach nur zu schauen. Das Geschäft wird zum Ausstellungsraum, zur Umkleidekabine, zum Recyclingzentrum. Hier können Modenschauen, Live-Sendungen, Kunstausstellungen und Workshops stattfinden. Im Laden übernehmen Architekturelemente neue Aufgaben. Der Boden wird zur Bühne, die Rolltreppe zum Laufsteg, das Lager zum Archiv. Im digitalen Zeitalter bewahrheitet sich Andy Warhols Prophezeiung: »Eines Tages werden alle Kaufhäuser zu Museen …«

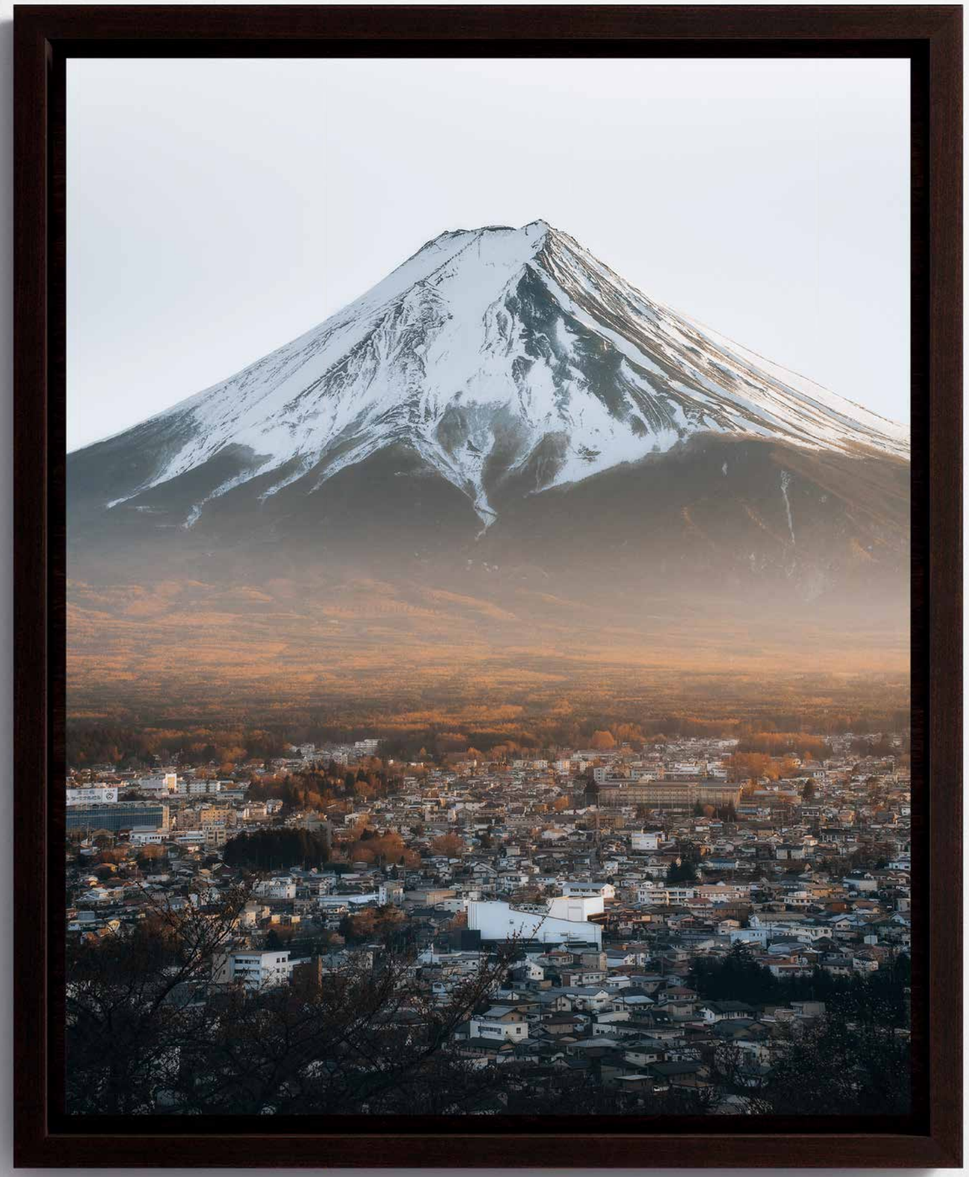
Anfang der 2000er-Jahre machte sich unser Büro Gedanken über die Zukunft der Bibliothek. 20 Jahre später koexistieren E-Books und Videos mit gedruckten Büchern, aber Bücher bilden immer noch das Herzstück der Bibliothek. Dasselbe scheint auch für das Einkaufen zu gelten. Je digitaler es wird, desto mehr Bedeutung kommt dem Geschäft zu. Neue Studien belegen, dass jüngere Generationen gedruckte Bücher E-Books vorziehen und lieber persönlich einkaufen. Wie für die Menschen, die sich nach dem Lockdown allzu gern in Schlangen gestellt haben, wird der Laden zu einer Flucht aus unserem zunehmend digitalen Leben. S

01
Der Auftritt Das Berliner Traditionshaus KaDeWe setzt auf spektakuläre Treppenhäuser – eine Architektur wie im Museum

02
Die Architektin Die Niederländerin Ellen van Loon, 58, arbeitet sei 1998 für das Architekturbüro OMA vom Rem Koolhaas. Vor der Neugestaltung des KaDeWe hat sie unter anderem den Umbau der Pariser Galeries Lafayette geleitet

03
Die Show Anfang Oktober fand zur Wiedereröffnung des KaDeWe eine Modenschau auf den neu gestalteten Rolltreppen statt

„Das beste Fotolabor der Welt“
Ausgezeichnet von den Chefredakteuren 26 internationaler Fotografie-Magazine
TIPA-Awards-Gewinner 2013, 2017, 2020 und 2021



Luke Stackpoole
WhiteWall Ambassador

Die WhiteWall Ambassadors zählen zu den angesehensten, talentiertesten und einflussreichsten Profifotografen weltweit, die für ihre außergewöhnlichen Motive auf die Galerie-Qualität von WhiteWall vertrauen. Entdecken Sie individuelle Fotoprodukte Made in Germany, wie den echten Fotoabzug unter Acrylglas mit Schattenfugenrahmen aus unserer hauseigenen Manufaktur.

WhiteWall.com
Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg, Köln, München, Stuttgart, Wien, Zürich

WHITE WALL

1/ Jandres, 36, Schauspieler und Surfboard Shaper
T-Shirt: Hanes; Hose: Dickies; Gürtel: Erbstück vom seefahrenden Großvater

2/ Janelle, 34, und Andre, 37, »Lebenskünstler«
Janelle: Brille: Zara; Kleid: Nordstrom. Andre: Polohemd: Polo Ralph Lauren; Brille: Ray-Ban

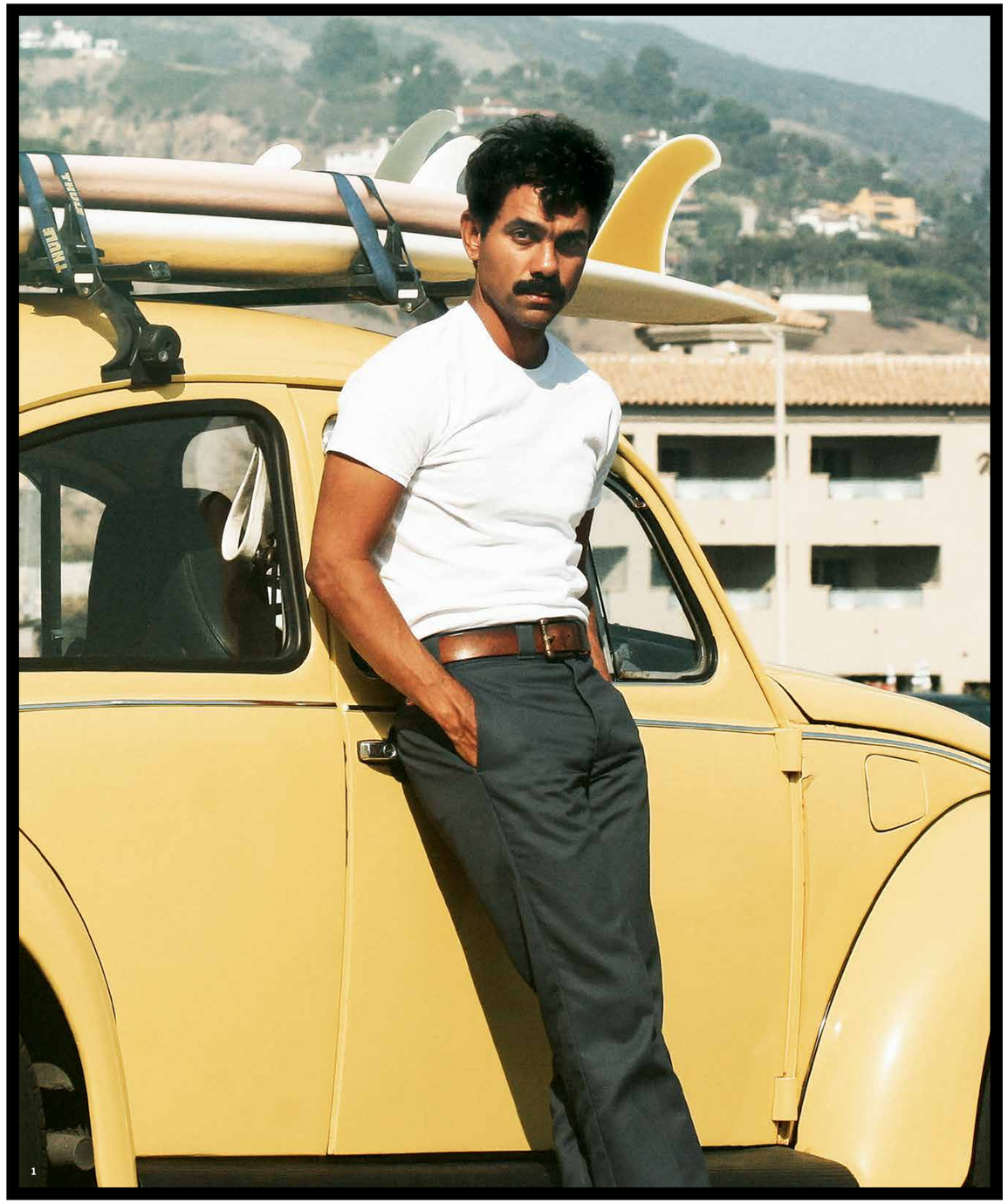
3/ Alicia, 53, Immobilienmaklerin
Bluse: Vintage Cavalli; Jeans: Vintage Gucci; Sonnenbrille: Tom Ford; Gürtel, Armband: Vintage upcycled

4/ Ashley, 52, Designer und Eigentümer der Boutique Alkemie Road
T-Shirt: Neil-Young-Konzert 2014, New York; Gürtel: selbst entworfene Schnalle mit Vintage-Riemen; Schuhe: Engineer Boots aus den Vierzigerjahren

5/ Ken, 65, Fotograf, Surfboard-Artist
Aloha-Shirt: Que

6/ Ashley, 27, Artdirector
Hut und Sonnenbrille: Thrifted; Kleid: H&M

7/ Hilary, 51, PR-Beraterin für Cannabis und psychedelische Medizinprodukte
Pulli: Autumn Cashmere, Shorts: Levi's, Sandalen von Birkenstock



Die Farben von Malibu

Fotos und Text: Brigitte Steinmetz

Frühmorgens, wenn der Pazifik unter seiner Nebeldecke erwacht, ist Malibu sepiafarben wie eine alte Postkarte. Das California Feeling stellt sich oft erst am späten Vormittag ein, wenn das Meer erblaut und die pinken Sonnenschirme am Pier-Café mit den prallen Lippen der alterslosen Smoothietrinkerinnen harmonieren. Am betörendsten jedoch ist Malibu zur Magic Hour vor dem Sonnenuntergang, wenn alles in orange-goldenes Licht getaucht ist, schmeichelhafter als jeder Fotofilter.

Der 30 Kilometer lange Küstenabschnitt nördlich von Los Angeles steckt voller Widersprüche. Malibu ist ein Naturparadies im Dauerfeueralarm und ein Protzbadeort mit Abwasserproblemen. Surfersehnsuchtsziel und Dauercampplatz der Gestrandeten.

»Malibus Stil ist in den Siebzigerjahren stehen geblieben«, findet Jennifer Sol, 32. Sol muss es wissen, denn ihre Eltern sind hier aufgewachsen. Sie managt den »James Perse«-Store um die Ecke vom »Café Habana«, wo George Clooney sich mit Amal verlobte. Bei James Perse deckt sich Leonardo DiCaprio mit butterweichen T-Shirts ein, und Hausfrauen kaufen Kaschmir-Cardigans. »Lässig und Layers« sagt Sol, sind typisch Malibu. »Shorts zu Ugg-Boots, halb Sommer, halb Winter, so unentschlossen wie die Witterung hier.«

Touristen sind in Malibu an ihrer Kleidung zu erkennen: zu bunt, zu neu, zu Stöckelschuh. Die Locals mögen es edel und ausgeblichen. »Wir streben nach einem Look, der etwas erzählt«, sagt Kimberly Rose, Managerin der Malibu-Dependance von »Fred Segal«. Die legendäre Boutique eröffnete in den Siebzigern ihren ersten Laden im Country Mart, dem Zentrum Malibus, lange bevor sie auf die Melrose Avenue weiterzog und zu Weltruhm gelangte. Im Schaufenster hängt eine schilfgrüne Schlaghose in Pucci Print neben seidenen Flatterkleidern. Auf den Preisschildern steht »Fred Segal loves you«.

Ashley Lowengrub und seine Frau, Schmuckdesignerin Dara Gerson, haben von ihrer mobilen Boutique auf dem Malibu-Pier den perfekten Überblick: auf der einen Seite die Paläste der Tech- und Hollywood-Multimillionäre. Auf der anderen warten Surfer auf ihre Welle. Irgendwann kommt sie, immer, so zuverlässig wie die verspielten Delfine. »Wir erliegen derselben Magie«, sagt Ashley.

»Humaliwo« tauften die indianischen Ureinwohner diesen Ort – »wo die Brandung rauscht«. Alles andere ist nur Hintergrundmusik.

Lob der Unvernunft

Alles, was uns vor kurzem noch Freude gemacht hat, wird heute misstrauisch beäugt oder rundherum abgelehnt. Der Grund: Es scheint unvernünftig – und damit gefährlich. So kann es nicht weitergehen *Von Robert Pfaller*

Als unvernünftig bezeichnen wir derzeit meist Dinge, die uns vor Kurzem noch toll, erstrebenswert, lustvoll, elegant, glamourös oder auch als unverzichtbare Elemente zivilisierten oder herzlichen Umgangs erschienen sind: schnelle Autos fahren, Stöckelschuhe oder Pelzmäntel tragen, rauchen, Fleisch essen, Alkohol trinken, in der Sonne liegen, liebevoll verpackte Geschenke überbringen, Hände schütteln oder gar Menschen mit Umarmung begrüßen, Flugreisen unternehmen, ohne Leibesvisitation in ein Flugzeug steigen, unverkrampft sprechen, Streitgespräche führen, Argumente austauschen, flirten, höflich sein, sich parfümieren, Komplimente bekommen oder auch einfach müßiggehen und nichts tun.

Mit anderen Worten: gegen so gut wie alles, was uns vor Kurzem Freude gemacht hat, haben wir eine massive Ablehnung entwickelt, gestützt auf Vernunftgründe. Und von den Letzteren fallen uns verdächtig viele ein: Denn entweder sind diese Dinge ungesund, für uns selbst oder für andere, oder sie schädigen die Umwelt und das Klima; oder sie kosten zu viel, laufen der Geschlechtergerechtigkeit, dem Einvernehmen der Generationen oder der kulturellen, ethnischen und sexuellen Diversität zuwider; sie gefährden die allgemeine Sicherheit oder auch die erhöhte Empfindlichkeit bestimmter Einzelpersonen oder Gruppen etc.

Mit der Vernunft aber ist es so eine Sache. Wie manche Philosophen, zum Beispiel Adorno und Horkheimer, bemerkt haben, kann sie sich nämlich leicht in ihr Gegenteil verkehren. Das passiert in der Regel dann, wenn wir ganz konsequent vernünftig sein wollen und darum alles einem einzigen Vernunftprinzip unterordnen. Wenn wir zum Beispiel meinen, die Sicherheit sei gefährdet, dann sind wir schnell bereit, alles der Sicherheit zu opfern. Dann aber opfern wir nicht nur alles andere, sondern meist auch noch die Sicherheit selbst. Denn wir beschließen zum Beispiel hastig Gesetze, die den Geheimdiensten unkontrollierte Befugnisse erteilen, wodurch diese selbst zu einer Gefahr werden. Wenn wir alles der Gesundheit opfern, indem wir uns nur mehr gesund ernähren, so ist auch das nicht immer gesund. Es kann auch zu neuen Mangelerkrankungen führen – etwa der sogenannten »Orthorexie«, dem Zwang zu gesundem Essen. Und wenn Gesundheit, wie es die WHO 1946 in ihrer Verfassung klug definiert hat, ein »Zustand des vollständigen körperlichen, geistigen und sozialen Wohlbefindens« ist, dann ist klar, dass ein kleiner Zugewinn an physischer Gesundheit, etwa durch Verzicht auf ein Glas Wein, einen massiven Verlust an geistiger und sozialer Gesundheit nach sich ziehen kann – etwa, indem uns anregende Gespräche mit Freunden in gelöster Atmosphäre verloren gehen. Wenn wir alles der Kosteneffizienz opfern, dann opfern wir oft auch diese: So treffen wir vermeintlich profitable Entscheidungen, die aber auf lange Sicht mehr Kosten verursachen. Wir entlassen qualifizierte Mitarbeiter, deren Knowhow uns später fehlt; wir werfen die Studierenden nach sechs Semestern aus den Universitäten hinaus, sodass die Jüngeren keine Gelegenheit haben, zusammen mit den Erfahrenen im Seminar zusammenzuarbeiten; wir privatisieren Gesundheit, Bildung, Altersvorsorge und öffentlichen Verkehr, was zu einer Fülle an Kommunikationsproblemen, Fehlplanungen, Unterversorgung, Altersarmut und verirrten Eisenbahnzügen führt. Und so weiter.

Auch die Besorgnis um all die vernünftigen Güter und Werte kann uns leicht in ein Gegenteil der Vernunft führen – zum Beispiel in die Lächerlichkeit. Wir warnen allen Ernstes erwachsene Menschen vor sogenannter »adult language«, also sexuell aufgeladener Sprache in Filmen, oder – am besten mit Schockbildern – vor den Gefahren der Tabakkultur. Auch dem Alkoholgenuss wollen wir bald mit ähnlichen Mitteln an den Kragen gehen. Warum nicht auch Bilder von Angefahrenen auf Autos und Straßenbahnen? Warum keine Fotos von Ertrunkenen auf Bikinis und Badehosen? Keine Skier ohne Gipsbeine! Keine Küchenmesser ohne abgetrennte Finger!

Aber selbst wenn besorgte Politiker bei all diesen Vernunftmaßnahmen vermutlich irgendwann – zu früh – erschöpft innehalten werden, so ist der Schaden an der Vernunft schon angerichtet. Es könnte ja sein, dass zwar vielleicht nicht unsere Kinder, aber möglicherweise unsere Enkelkinder einmal wieder halbwegs bei Trost sein werden. Durchaus wahrscheinlich, dass sie über uns spotten. »Das war die Generation, die sich die Freude am Leben verdorben hat. Diese Loser!« oder etwas Ähnliches, je nach den Moden ihrer Sprache, werden sie wohl, ganz ungegendert, sagen.

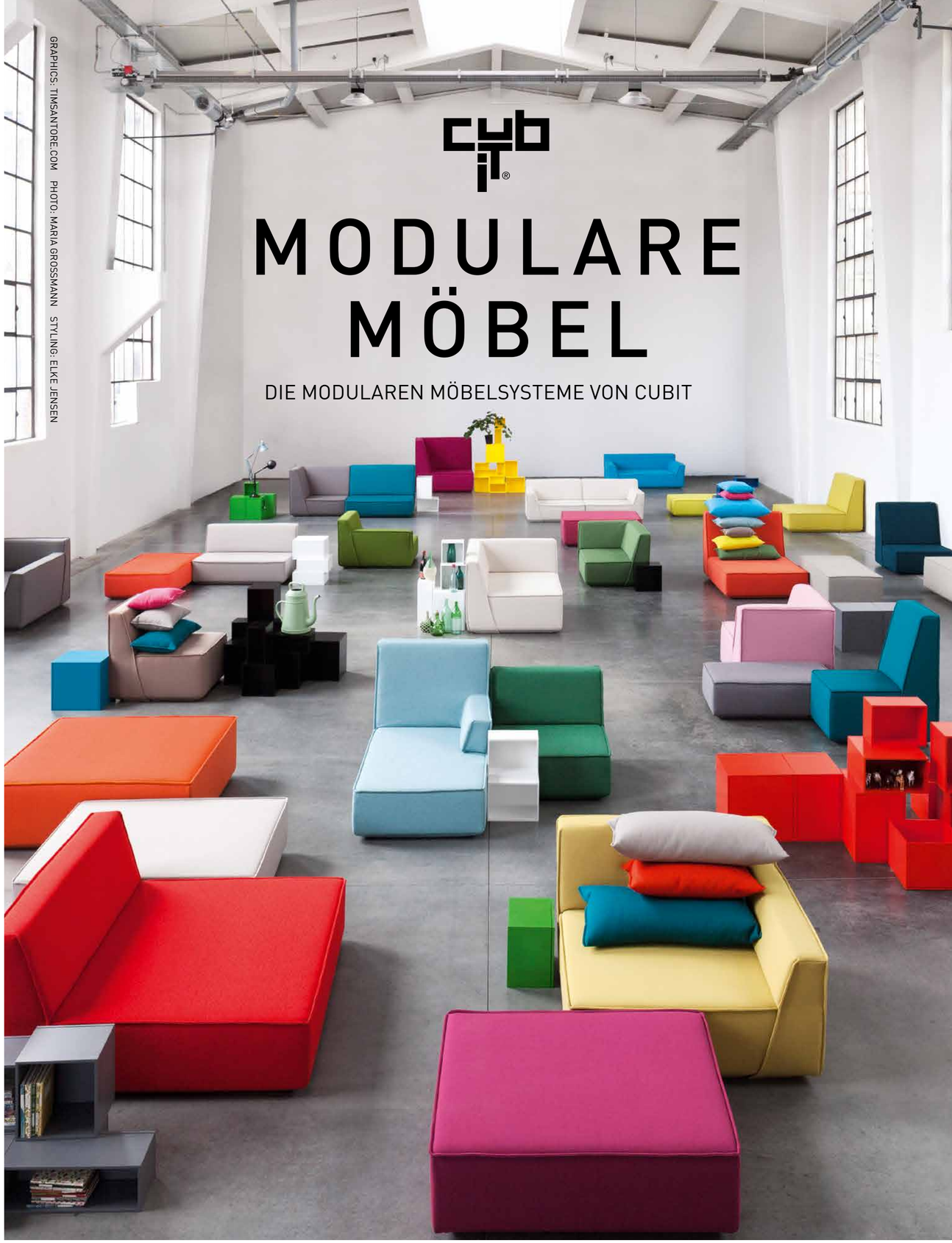
Mit der Vorsilbe »Un-« ist es andererseits auch so eine Sache. Bei näherem Hinsehen entpuppt sich zum Beispiel das Unheimliche, wie Sigmund Freud erkannte, als gleichbedeutend mit dem Heimlichen – nämlich als etwas, das verborgen bleiben sollte. Und ebenso ist das Ungute oft nichts anderes als das Gute. Denn worüber wir meinen, uns ärgern zu müssen – etwa, dass andere im Hof der Siedlung ein Grillfest feiern –, ist, bei Licht besehen, nicht selten etwas, worüber wir uns ebenso gut freuen könnten. Was uns als schiere Unvernunft erscheint, könnte also die Vernunft selbst sein. Erasmus von Rotterdam hat dies zu Anfang des 16. Jahrhunderts gut erkannt. In seinem »Lob der Narrheit« lässt er die Unvernunft selbst zu Wort kommen. Mit schlüssigen Vernunftgründen beweist diese, dass uns ohne sie alles Lohnende des Lebens fehlen würde – wie wir ja sogar die Tatsache, dass wir überhaupt auf der Welt sind, eigentlich nur ihr verdanken. S

Robert Pfaller, 59, ist Professor für Philosophie und Kulturwissenschaft an der Universität Linz. Zuvor lehrte er in Wien und bekleidete Gastprofessuren in Chicago, Berlin, Zürich und Straßburg. Pfaller veröffentlichte zahlreiche Bücher (u. a. »Wofür es sich zu leben lohnt«) und wurde 2015 vom American Board & Academy of Psychoanalysis ausgezeichnet. Er unterstützte die Initiative „Mein Veto!“ und war Mitgründer von »Adults for Adults«, einer Initiative gegen staatliche Bevormundung.

GRAPHICS: TIMSANTORE.COM PHOTO: MARIA GROSSMANN STYLING: ELKE JENSEN

MODULARE MÖBEL

DIE MODULAREN MÖBELSYSTEME VON CUBIT



SOFAS UND REGALE VON CUBIT

PLANEN UND BESTELLEN VIA CUBIT-SHOP.COM

NEU! SHOWROOM IN BERLIN KREUZBERG
FLAGSHIP-STORE IN DÜSSELDORF – LOOKROOMS IN PARIS, MÜNCHEN, POTSDAM UND ZÜRICH

CUBIT®
MODULARE
MÖBEL

Fairschenken

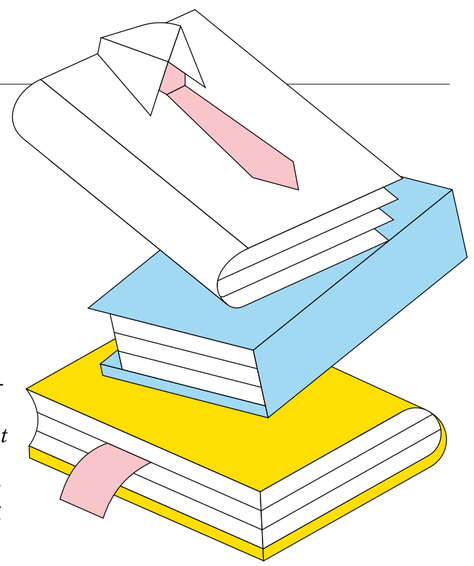
Konsum zum Fest muss nicht schlecht sein. Wir haben 21 Aktivistinnen und Unternehmer, die sich für soziale und ökologische Belange engagieren, um Tipps für Weihnachtsgeschenke mit Sinn gebeten.

Illustrationen: Konrad Adam Modrzejewski
Texte: Bianca Lang, Andreas Möller, Aïcha Reh, Brigitte Steinmetz

Riccardo Simonetti, *LGBTQ*-Aktivist*

Der 28-jährige Berliner ist LGBTQ*-Sonderbotschafter des EU-Parlaments. Bekannt wurde Simonetti über Social Media, heute arbeitet er als Moderator, Model und Autor. 2019 zählte er laut »Forbes«-Magazin zu den 30 einflussreichsten Menschen unter 30. Bei Penguin Random House erschien im Oktober sein Buch »Mama, ich bin schwul«.

»Ich verschenke gerne Bücher mit der Bitte, sie weiterzugeben, sobald sie ausgelesen sind! Ein Buch, das mir als schwuler Mann besonders geholfen hat, ist ›The Velvet Rage‹. Darin geht es darum, den Schmerz zu überwinden, den man hat, wenn man als Homosexueller in einer heterosexuellen Gesellschaft aufwächst. Mir hat es dabei geholfen, mich selbst noch besser zu verstehen.«



Varena Junge, *Klimaunternehmerin*

Die Umweltwissenschaftlerin, 33, bringt Klimaschutz dorthin, wo täglich Millionen von Kaufentscheidungen getroffen werden: in Onlineshops. Ihr Start-up Yook entwickelt für den E-Commerce Klimaschutz-Software, die den CO_2-Fußabdruck von Produkten ermittelt und einen Ausgleich direkt über den Warenkorb ermöglicht. Klimaschutzaktivistin ist Varena Junge seit ihrem 15. Lebensjahr, die Blockade von Kohlekraftwerken und Atommeilern hat ihr ein paar Vorstrafen eingebracht. Sie prognostiziert: »CO_2-Daten sind bald die neuen Kalorienangaben. Sie werden von Kunden gefordert und auf jedem Produkt zu finden sein.«

»Bekannte, die eigentlich schon alles haben und nichts mehr brauchen, bekommen liebevoll selbst gezogene Ableger meiner Zimmerpflanzen.«

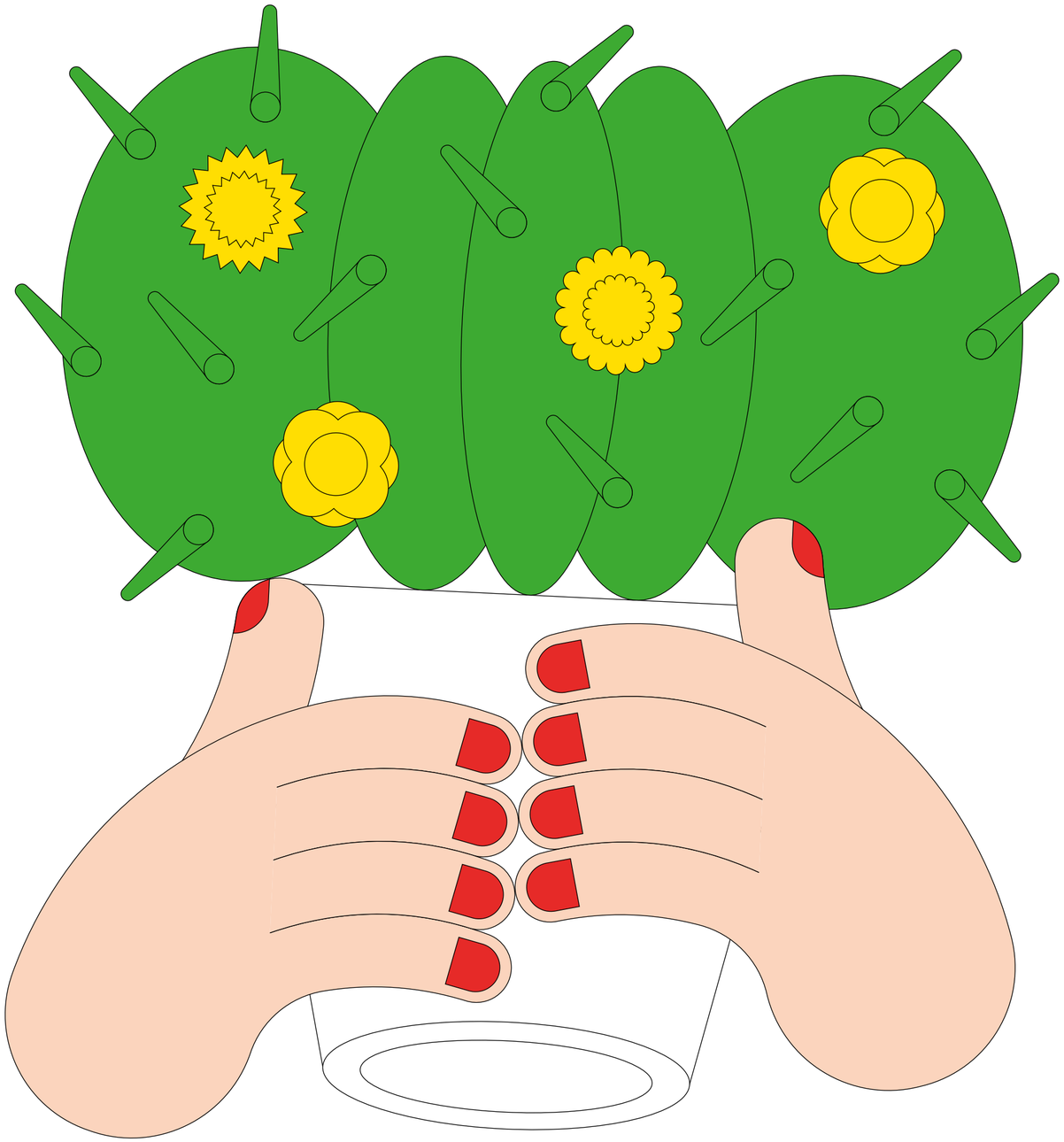
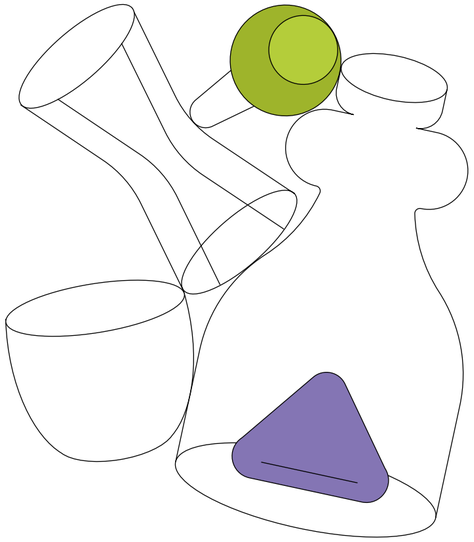


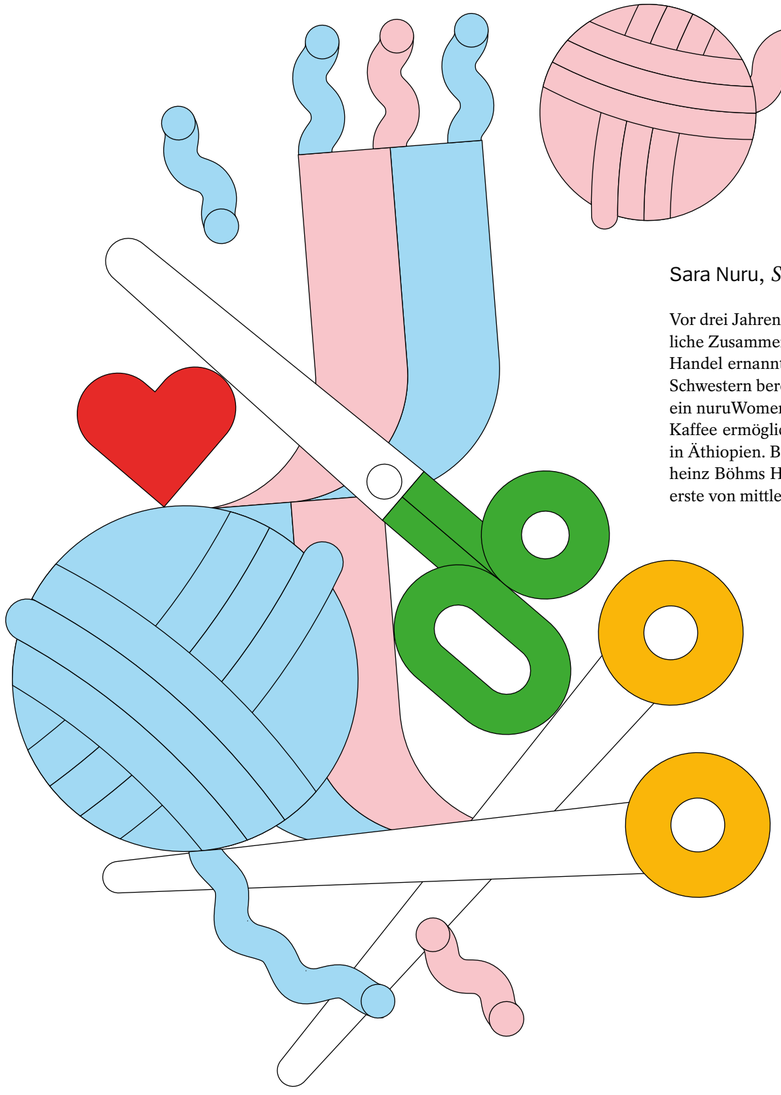
Foto: Riccardo Simonetti: Patrice Bryila

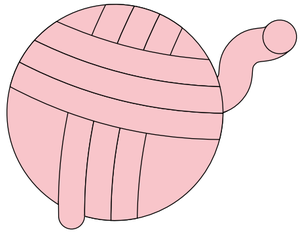
Chris Hanley, *Afrika-Aktivist*

Der Hollywood-Produzent mit Vergangenheit als Digital-Musikpionier verwirklicht seine Visionen in Indie-Filmen wie »The Virgin Suicides« sowie als Hobby-Architekt gewagter Bauten wie des voll verspiegelten »Invisible House« im kalifornischen Joshua Tree. Von einem Zweitwohnsitz aus, der kenianischen Insel Lamu, engagierte sich der 71-Jährige zuletzt erfolgreich gegen den Plan chinesischer Investoren, dort ein Kohlekraftwerk zu bauen. Außerdem unterstützt er Filmschaffende im Sudan.

»Ich verschenke gern praktische Sachen wie das Gläserset mit Dekanter von Kitengela, einem vorbildlichen Handwerksbetrieb bei Nairobi.«







Sara Nuru, *Sozialunternehmerin*

Vor drei Jahren wurde Nuru vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung zur Botschafterin für fairen Handel ernannt. 2016 hatte die gebürtige Erdingerin mit einer ihrer Schwestern bereits das Sozialunternehmen nuruCoffee und den Verein nuruWomen gegründet. Mit dem Verkauf von fair produziertem Kaffee ermöglichen sie Mikrokredite und Fortbildungen für Frauen in Äthiopien. Bereits seit 2009 engagiert sich die 32-Jährige für Karlheinz Böhms Hilfswerk »Menschen für Menschen«. 2012 wurde die erste von mittlerweile drei Sara-Nuru-Schulen in Äthiopien eröffnet.

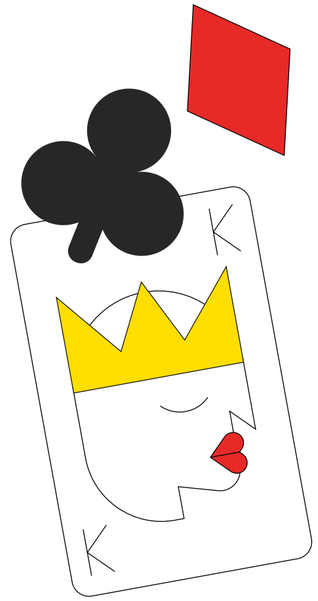
»Ich finde ein nachhaltiges und selbst gemachtes Geschenk am schönsten. Zum Beispiel einen selbst gestrickten Schal oder einen schön kuscheligen Pullover, der mit Liebe gefertigt wurde und einzigartig ist. Ich stricke selbst gern, wenn ich die Zeit dazu finde.«

Fotos: Chris Hanley: Frank Molnar; Sara Nuru: Robert Rieger; Nico Rosberg: Tom Ziora; Franka Frei: Tibor Bozi; Insa Thiele-Eich: Gezählt Aschoff

Nico Rosberg, *Nachhaltigkeitsunternehmer*

Wenige Tage nach dem Gewinn der Weltmeisterschaft 2016 beendete der Formel-1-Rennfahrer nach zehn Jahren seine Karriere. Der 36-jährige Deutsch-Finne ist einer der Macher des Greentech Festivals in Berlin, das in diesem Jahr in London gastierte, und gründete das Rennteam RXR, mit dem er in der vollelektrischen Rennserie Extreme E antritt. Darüber hinaus ist er in fast 30 Start-ups aus dem Bereich Mobilität, Ernährung, Gesundheit und Bauwesen investiert, die alle nachhaltige Innovation vorantreiben. Zu seinem Team gehören 18 Mitarbeiter und externe Berater.

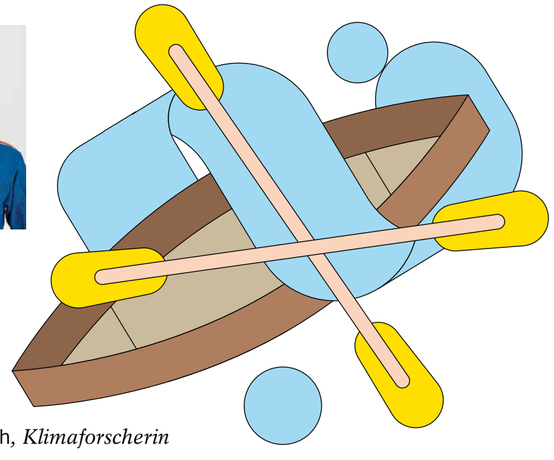
»Dieses Jahr verschenke ich Bäume mit Treedom. Bei dieser Initiative, die ich unterstütze, geht es um die nachhaltige Bepflanzung und Bewirtschaftung von Waldflächen. Seit Gründung des Unternehmens wurden bereits mehr als eine Million Bäume in Afrika, Lateinamerika, Asien und Europa gepflanzt. Diese Bäume bieten Kleinbauern vor Ort eine Lebensgrundlage, was mindestens ebenso wichtig ist wie der Umweltfaktor.«



Franka Frei, *Menstruationsaktivistin*

Die 26-jährige Autorin studiert Gender Studies an der Humboldt-Universität in Berlin und setzt sich mit dem Verein Periodensystem dafür ein, dass sich auch arme Frauen Tampons, Binden oder Slipeinlagen leisten können. Sie hält Vorträge über die politische Dimension der Periode, seit sich ihre Bachelorarbeit über die »Enttabuisierung der Menstruation in Gesellschaft und Medien« über soziale Netzwerke verbreitete. 2020 veröffentlichte sie bei Heyne das populärwissenschaftliche Sachbuch »Periode ist politisch«. In diesem Jahr erschien ihr Debütroman »Krötensex«. Sie arbeitet für Fernsehen, Radio sowie Zeitungen und Magazine und moderiert den Podcast »Tabufrei«.

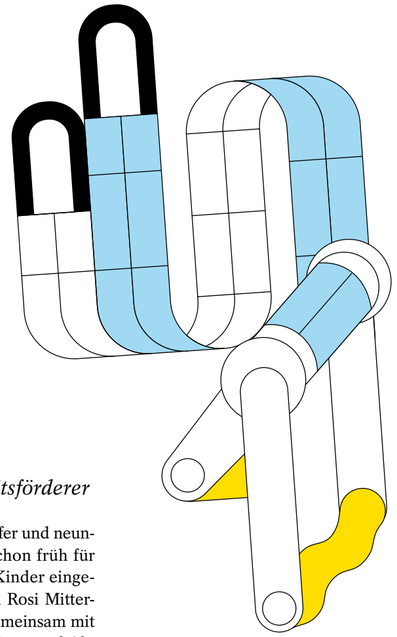
»Schon als Kind habe ich mich beim Skatspiel mit meiner Familie gefragt, wieso Buben und Könige alte weiße Männer sind. Verkrustete Hierarchien raus aus den Köpfen! Es ist längst Zeit für ein Kartendeck, das für Wandel steht, wie das von Spielköpfe.«



Insa Thiele-Eich, *Klimaforscherin*

Die promovierte Meteorologin ist wissenschaftliche Koordinatorin am Meteorologischen Institut der Universität Bonn und betreibt Grundlagenforschung für optimierte Wetter- und Klimavorhersagen. Um die Auswirkungen des Klimawandels auf die Erde zu untersuchen, ist die 38-Jährige weltweit unterwegs. Im Rahmen der Initiative »Die Astronautin« trainiert sie außerdem, um als erste deutsche Frau ins All zu fliegen. Auf ihrem viel besuchten TikTok-Account lässt die dreifache Mutter User und Userinnen am Training teilhaben und versucht, in der männerdominierten Branche ein Vorbild zu sein für junge Frauen.

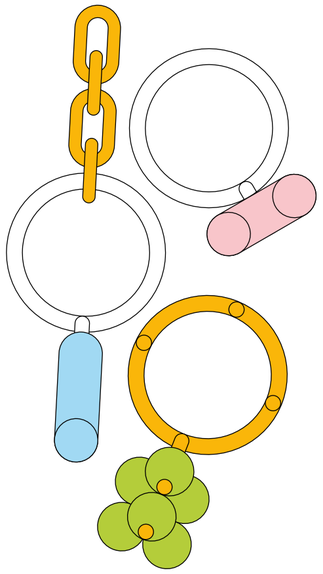
»Ich verschenke gerne Gutscheine. Zum Beispiel für eine gemeinsame Kanutour auf der Sieg. Damit die Gutscheine auch wirklich eingelöst werden und nicht in der Schublade schlummern, schreibe ich direkt konkrete Terminvorschläge mit auf die Karte.«



Felix Neureuther, *Gesundheitsförderer*

Der ehemalige deutsche Skirennläufer und neunfache Deutsche Meister hat sich schon früh für diverse Bewegungsinitiativen für Kinder eingesetzt. 2014 gründete der Sohn von Rosi Mittermaier und Christian Neureuther gemeinsam mit der TU München sein eigenes Trainings- und Aktionsprogramm: »Beweg dich schlau! mit Felix Neureuther«. 2020 folgte die nach ihm benannte Stiftung. Der 37-Jährige nutzt die Erlöse aus Galas, Alben und Büchern für seine Bildungszwecke und versucht so, nach dem Ende seiner aktiven Laufbahn seine Erfahrung als Profisportler an Kinder weiterzugeben.

»Eine Slackline ist ein super Geschenk, man kann Gleichgewicht, Körpergefühl und Konzentration trainieren – und die ganze Familie hat Spaß.«



Kristina Lunz, *feministische Aktivistin*

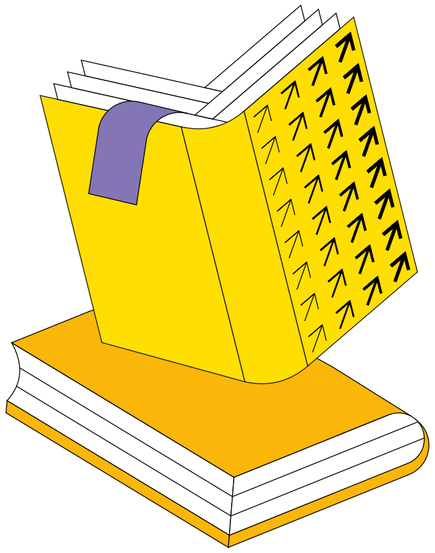
Die Mitbegründerin und Deutschland-Direktorin des Centre for Feminist Foreign Policy setzt sich für eine feministische Außenpolitik ein. Bis Januar 2020 beriet die 32-Jährige das Auswärtige Amt und baute für das Ministerium das Frauennetzwerk Unidas auf. Davor war sie Gender and Coordination Officer des Entwicklungsprogramms der Vereinten Nationen in Myanmar. Für ihre Kampagnen und Initiativen (»Nein heißt Nein«) wurde Lunz mehrfach ausgezeichnet. Regelmäßig hält sie Vorträge über soziale Gerechtigkeit und Gleichberechtigung, unter anderem im Europäischen Parlament. Sie hat Internationale Politik am University College London und Global Governance and Diplomacy an der Universität Oxford studiert.

»Ich denke beim Verschenken an lokale, von Frauen geführte Unternehmen. Zum Beispiel an den Schmuck von Tyla Lato oder Kleidung von Kala Berlin.«

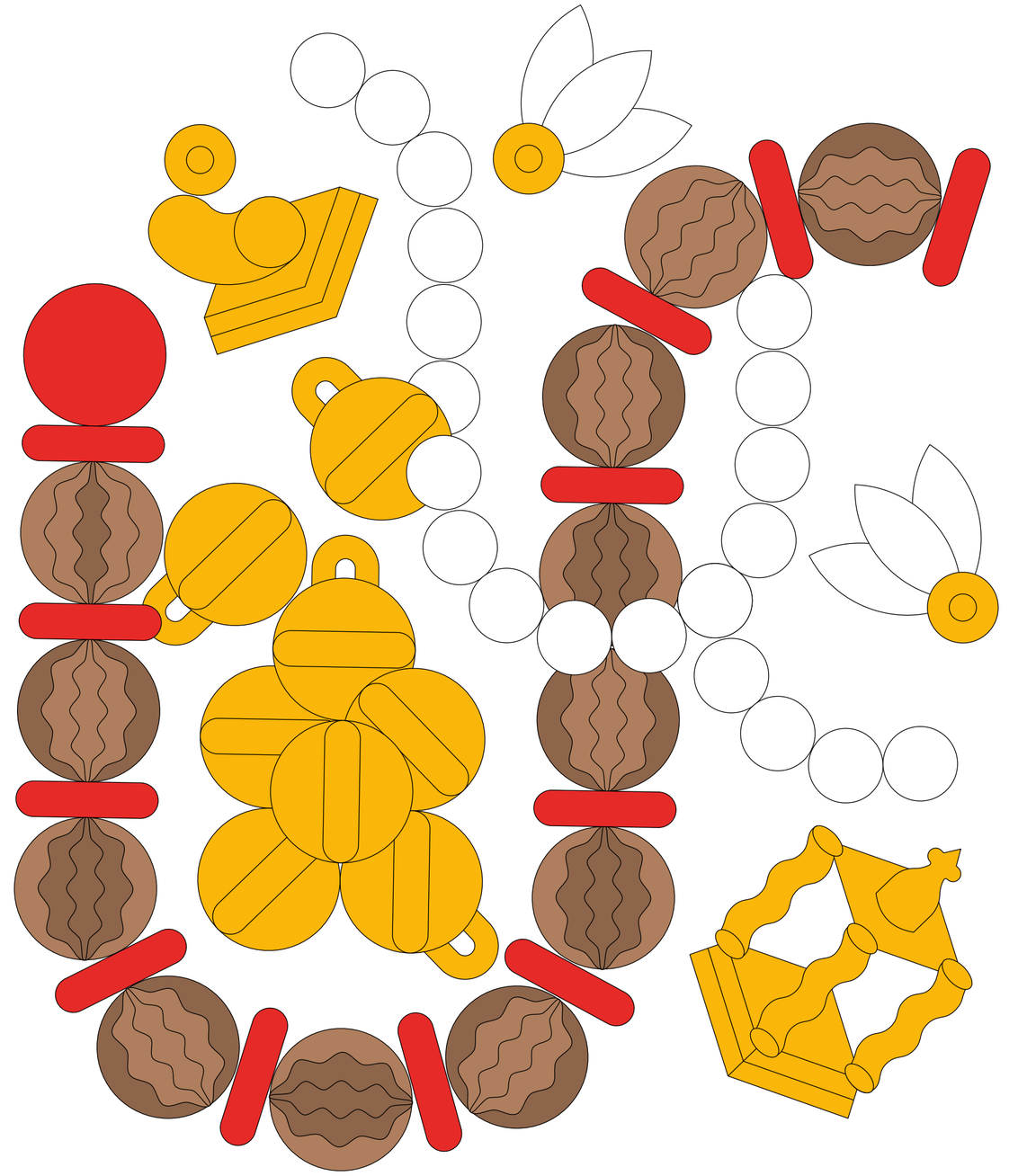
Boyan Slat, *Erfinder*

Als 18-Jähriger gründete der ehemalige Student der Luft- und Raumfahrttechnik 2013 »The Ocean Cleanup« – mit einer Handvoll Helfern, 300 Euro und einer Vision: die Weltmeere vom Plastikmüll zu befreien. Es gab Rückschläge und Kritik an der Effizienz des Unterfangens. Heute fängt seine Anlage selbst einen Millimeter große Mikroplastikteile ein. Bis 2040 will der Niederländer 90 Prozent des Plastiks aus den Meeren geholt haben. Weil große Teile des Mülls aus Flüssen ins Meer gespült werden, greift er nun auch dort an. Mithilfe von Solarschiffen will er die schmutzigsten Flüsse der Welt reinigen. Slat wurde unter anderem mit dem Champions of the Earth Award der Vereinten Nationen ausgezeichnet.

»Ich verschenke immer wieder ein Buch, das Hoffnung macht: ›Aufklärung jetzt. Für Vernunft, Wissenschaft, Humanismus und Fortschritt. Eine Verteidigung‹ von Steven Pinker. Er ist Psychologe in Harvard und widerspricht dem weitverbreiteten Gefühl, dass alles immer schlechter wird. Er belegt seine These mit vielen Beispielen aus 200 Jahren Menschheitsgeschichte und verweist auf die Fortschritte, was Wohlstand, Gesundheit, Bildung und Frieden angeht. Ich denke, es ist wichtig zu sehen, dass wir in der Lage sind, Probleme zu lösen. Das hilft uns weiterzukämpfen.«



Fotos: Felix Neureuther: Frank Bauer; Kristina Lunz: F. Castro; Boyan Slat: The Ocean Cleanup



Julia Watson, *Innovationsdesignerin*

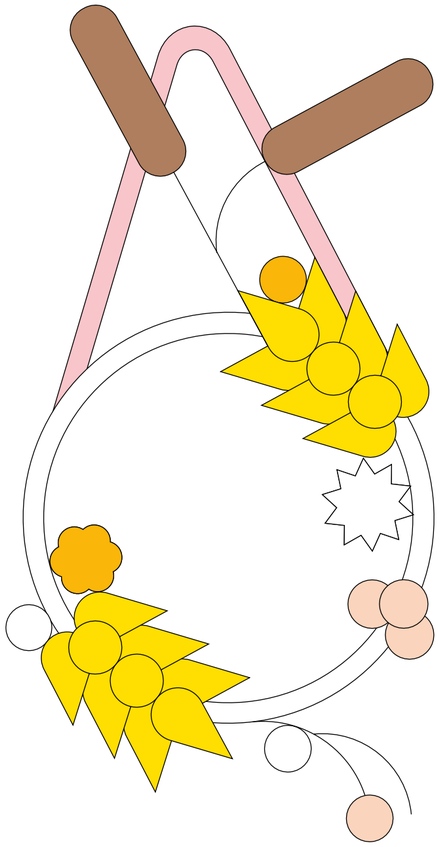
Die 43-jährige Australierin leitet in New York ein nach ihr benanntes Designstudio an der Schnittstelle von Anthropologie, Ökologie und Innovation. Sie berät Unternehmen in Nachhaltigkeitsfragen und unterrichtet Städteplanung in Harvard sowie an der Columbia University in New York. Die von ihr mitgegründete Designbewegung Lo-Tek prangert die Entfremdung moderner Industriegesellschaften von der Natur an und plädiert für ein Umdenken: Über Jahrtausende bewährte Praktiken indigener Völker seien keineswegs rückständig, sondern lieferten vielmehr Lösungen im Kampf gegen den Klimawandel. In ihrem Buch »Lo-Tek« liefert sie Beispiele, wie indigene Kulturen ihre Umwelt verstehen und welche Techniken sie nutzen, um sich zu ernähren, Wasser aufzubereiten und Gebäude zu errichten.

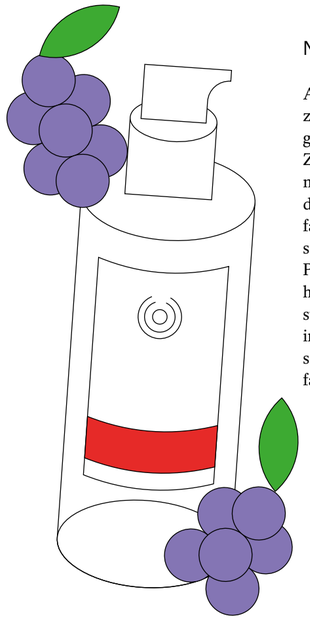
»Ich schenke meinen Lieben in diesem Jahr wieder Schmuck und Kunsthandwerk von meinen Reisen zu indigenen Völkern: Rosenkranzperlen aus der heiligen Stadt Varanasi in Indien und tibetische Gebetsperlen von den Märkten in Lhasa.«

August Bard-Bringéus
und Jakob Dworsky, *Modevordenker*

Bard-Bringéus, 32, und Dworsky, 33, lernten sich an der Stockholm School of Economics kennen und gründeten nach Stationen bei Boston Consulting beziehungsweise Rocket Internet ihr Modelabel Asket, das sich mit nachhaltigen Basics wie weißen T-Shirts gegen schnellen Konsum wendet.

»Wir schlagen vor, Erfahrungen zu verschenken, die bereichern: Ein Handwerkskurs, in dem man lernt, einen Trockenblumenkranz zu binden, ist beispielsweise eine gute Alternative zu einem klassischen materiellen Geschenk.«





Natascha v. Hirschhausen, *Designerin*

Als »radical mindful premium fashion« bezeichnet die 31-Jährige die Mode ihres 2016 gegründeten gleichnamigen Labels. Vor allem ihr Zero-Waste-Ansatz ist revolutionär: Durch optimierte Schnittmuster bleiben bei der Fertigung der Kleider, Blazer und Hosen aus organischer fairer Baumwolle in einer Berliner Manufaktur statt der üblichen 20 Prozent weniger als ein Prozent des Stoffs übrig. 2017 erhielt Hirschhausen den Bundespreis Ecodesign, die höchste staatliche Auszeichnung für ökologisches Design in Deutschland. Inzwischen produziert die Absolventin der Kunsthochschule Weißensee auch fairen Schmuck aus recycceltem Silber.

»Ich habe das Moor-Lavendel-Körperöl von Dr. Hauschka vor einigen Jahren zu Weihnachten geschenkt bekommen. Ich habe es immer wieder nachgekauft. Jetzt verschenke ich es selbst an gute Freundinnen.«

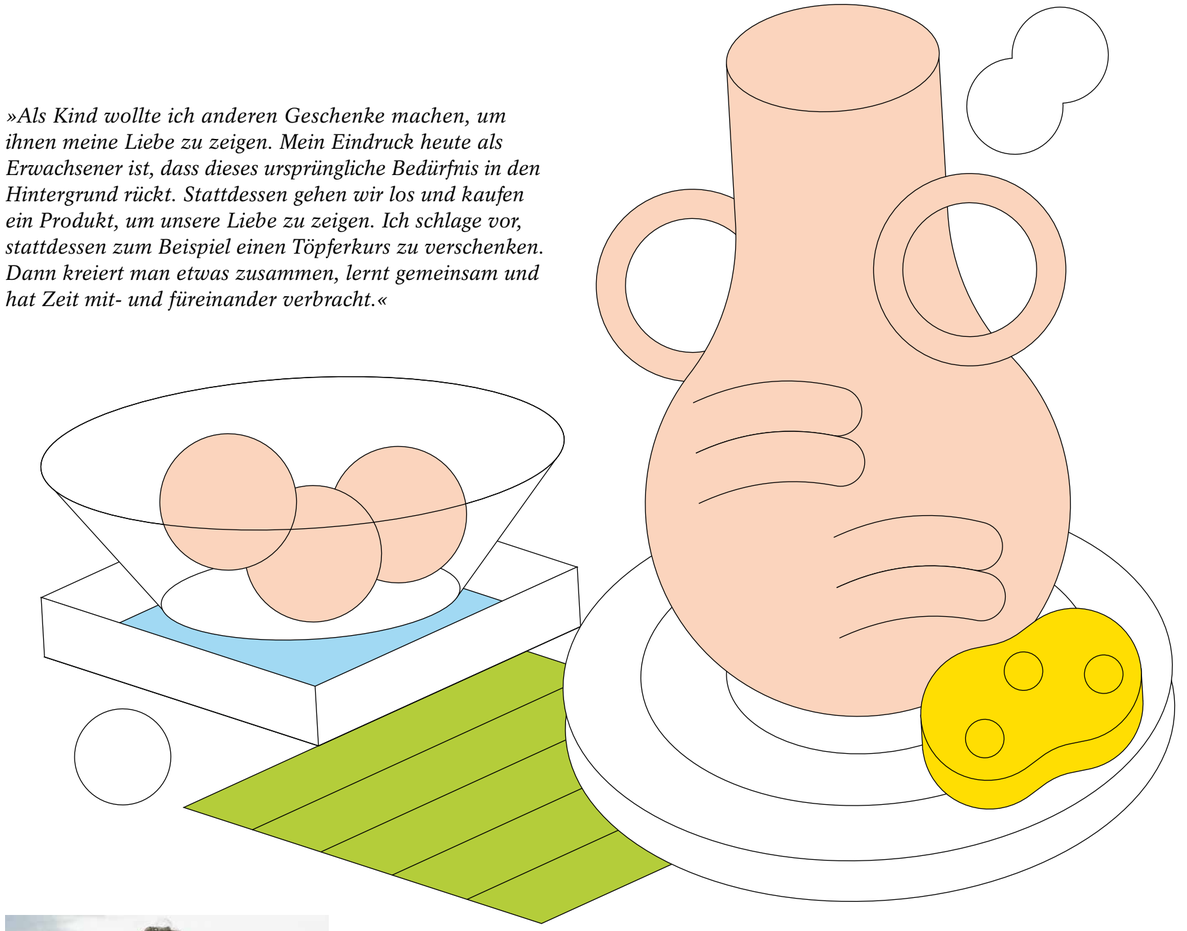
Karsten Bleymehl, *Materialscout*

Der gelernte Industriemechaniker und Produktdesigner hat erkannt, dass Kleidung aus Biobaumwolle, Kaffeekapseln aus biologisch abbaubaren Holz-Kunststoffen und Einweggeschirr aus Maisstärke das globale Rohstoff- und Abfallproblem nicht beseitigen. Auch deshalb treibt der 46-Jährige mit seiner Firma Circular Materials die Kreislaufwirtschaft voran. Aktuelle Beispiele: Seifenboxen aus recycelten Shampooflaschen für die Haarpflegemarke Guhl und die ersten Kleiderbügel aus Alttextilien für den Adidas-Flagship-Store in London.

»Der Hoodie des finnischen Labels Pure Waste wird zu 100 Prozent aus recycelten Materialien produziert. Und chic ist er auch noch.«

Foto: Natascha v. Hirschhausen: Kerstin Jacobsen

»Als Kind wollte ich anderen Geschenke machen, um ihnen meine Liebe zu zeigen. Mein Eindruck heute als Erwachsener ist, dass dieses ursprüngliche Bedürfnis in den Hintergrund rückt. Stattdessen gehen wir los und kaufen ein Produkt, um unsere Liebe zu zeigen. Ich schlage vor, stattdessen zum Beispiel einen Töpferkurs zu verschenken. Dann kreiert man etwas zusammen, lernt gemeinsam und hat Zeit mit- und füreinander verbracht.«



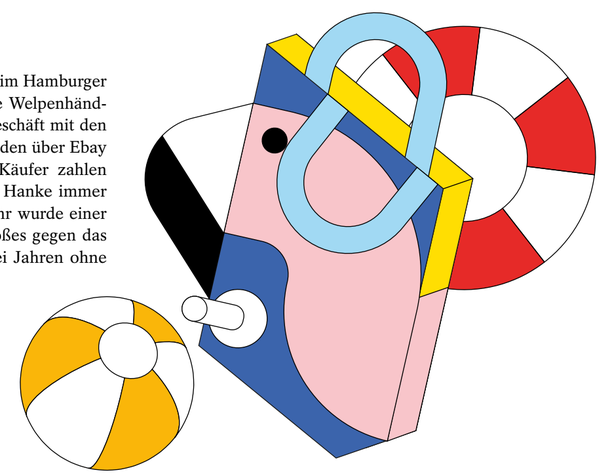
Orin Hardy, *Nachhaltigkeitsaktivist*

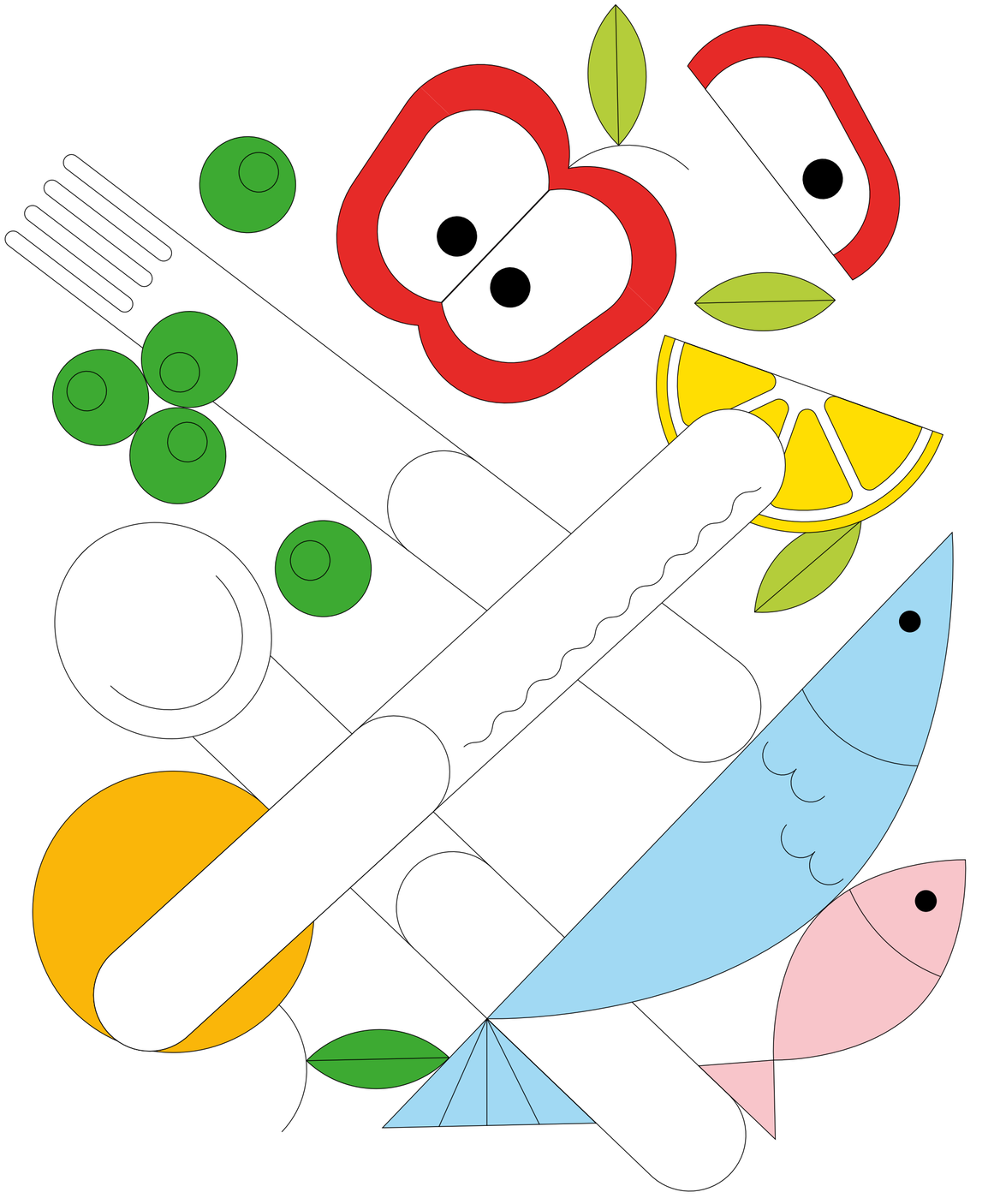
Der 33-jährige Amerikaner lebt seit Kindheitstagen auf Bali. Er ist Gründer von »Bamboo U«, einer Initiative zur Förderung von Bambus als nachhaltigem Baumaterial, und einer Biofarm auf der indonesischen Insel. Der studierte Umweltforscher hält weltweit Vorträge und propagiert das Leben im Einklang mit der Natur. Er ist Botschafter und Gesicht des neues Herrenduftes Kenzo Homme EDT Intense.

Sina Hanke, *Tierschützerin*

Hauptberuflich arbeitet die 33-jährige Biologin beim Hamburger Tierschutzverein, privat kämpft sie gegen illegale Welpenhändler. Neben Waffen- und Drogenhandel gilt das Geschäft mit den Hundebabys als besonders lukrativ. Die Tiere werden über Ebay angeboten, verantwortungs- oder ahnungslose Käufer zahlen über 1000 Euro. Mit einer Kollegin initiiert Sina Hanke immer wieder Fakekäufe unter Polizeischutz. Im Frühjahr wurde einer der Festgenommenen wegen Betrugs und Verstoßes gegen das Tierschutzgesetz zu einer Freiheitsstrafe von drei Jahren ohne Bewährung verurteilt.

»Ich verschenke Taschen, die auf Fuerteventura aus zurückgelassenen Luftmatratzen und Pooltieren hergestellt werden. Sie sind federleicht, logischerweise wasserfest – und nachhaltig.«





Jochen Smuda, *Nachhaltigkeitsunternehmer*

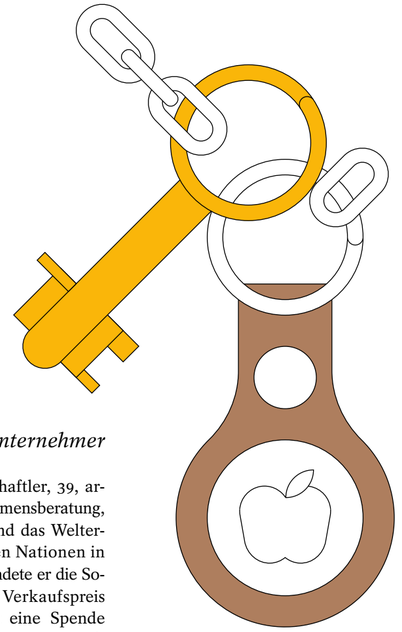
Der 40-Jährige aus dem Allgäu gründete Ucon Acrobatics bereits als Schüler zusammen mit dem Produktdesigner Martin Fussenegger. 20 Jahre ist das her. Das Label stellte zunächst Streetwear her, später vor allem Rucksäcke und Taschen – von Anfang an nach nachhaltigen Kriterien. Die Maxime des Unternehmens lautet: »Für die Produkte soll kein Mensch, kein Tier und auch nicht die Umwelt leiden.« Ucon Acrobatics war eine der ersten deutschen Marken, die Accessoires aus recyceltem PET produzierte.

»Das in Deutschland gefertigte Besteck aus der Kollaboration von Philipp Bree mit seiner Marke PB 0110 und Mono ist ein fantastisches Geschenk. Ich benutze es selbst gern bei Picknicks mit meiner Familie.«

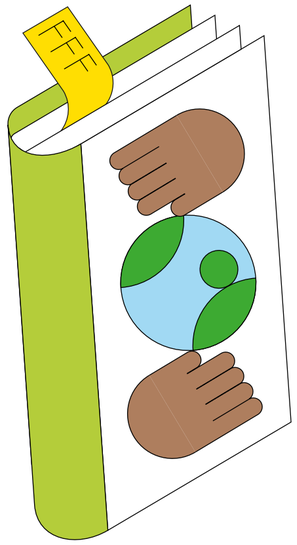
Fotos: Sebastian Stricker: Gene Glover; Leonie Bremer: Anna Dammz; Gülsün Karamustafa: Muhsin Akguen

Sebastian Stricker, *Sozialunternehmer*

Der promovierte Politikwissenschaftler, 39, arbeitete zunächst für eine Unternehmensberatung, später für die Clinton-Stiftung und das Welternährungsprogramm der Vereinten Nationen in Tansania und Westafrika. 2017 gründete er die Social-Impact-Marke »Share«. Der Verkaufspreis jedes Share-Produkts beinhaltet eine Spende – ein QR-Code auf der Packung verrät, an welches soziale Projekt das Geld geht. Durch den Verkauf von Nussriegeln, Wasser oder Seife über Partner wie Rewe, Deutsche Bahn oder Ikea wurden schon mehr als 15 Millionen Mahlzeiten gespendet und 172 Brunnen in Afrika und Asien finanziert.



»Ich verschenke Apple Airtags, da ich ganz sicher nicht der einzige Mensch bin, der regelmäßig seine Schlüssel verlegt.«



Leonie Bremer, *Klima-Aktivistin*

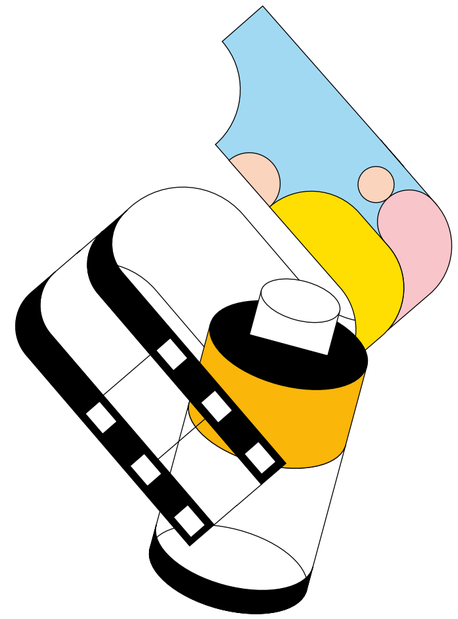
Die 24-Jährige studierte »Environment and Energy« an der Hochschule Rhein-Waal und macht derzeit ihren Master im Studiengang Erneuerbare Energien an der Technischen Hochschule Köln. Bremer ist eine der bekanntesten Sprecherinnen der Klimaschutzbewegung Fridays for Future. Neben der Pressearbeit beteiligt sie sich an Kampagnen der Bewegung und Protesten anderer Klima-Aktivistinnen.

»Ich möchte das Buch ›Kolonialismus & Klimakrise – Über 500 Jahre Widerstand‹ verschenken. Für einen Systemwandel müssen wir die Geschichte verstehen, die zur Krise geführt hat. Ich selbst wünsche mir, dass meine Freunde und Freundinnen und meine Familie klimastreiken gehen.«

Gülsün Karamustafa, *politische Künstlerin*

Die 75-Jährige zählt zu den bedeutendsten Kunstschaffenden der Türkei. Ihre vielfach preisgekrönten Werke werden etwa in den Sammlungen der Tate Modern London und des Guggenheim-Museums in New York gezeigt. Karamustafas Werk beschäftigt sich seit den Neunzigerjahren mit Themen wie Migration, Feminismus oder Gender. Zudem setzt sie sich mit dem westlichen Blick auf die Länder des Nahen Ostens in Form von Malerei, Performance, Installation und Film auseinander. Sie gilt als eine der künstlerisch prägendsten türkischen Stimmen unserer Zeit und wurde in diesem Jahr mit dem bedeutenden europäischen Kunstpreis der Roswitha Haftmann Stiftung ausgezeichnet.

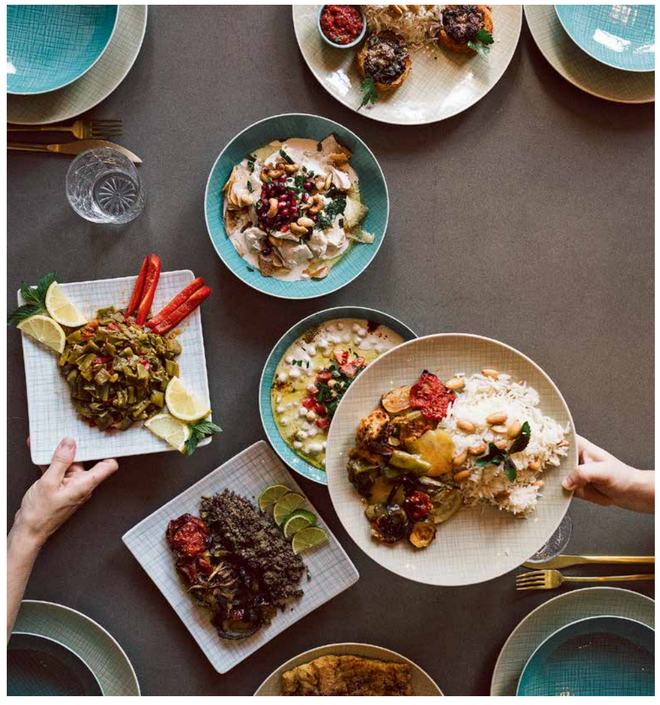
»Dieses Jahr werde ich meinen fünfjährigen Zwillingsenkeltöchtern einen selbst gemachten Film schenken. Er trägt den Titel ›What a Child Remembers‹ – was ein Kind erinnert. Dafür scanne ich Fotos unserer Familie von den 1920er-Jahren bis zu meiner Kindheit ein. In einer Welt, in der so schnell vergessen wird, sind meine Erinnerungen hoffentlich ein bedeutendes Geschenk für sie. Ich möchte den Film auch in meiner neuen Ausstellung in Eindhoven zeigen.«



ESSEN BEI ENGELN

Syrische Festtagsspeisen, senegalesische Nationalgerichte, libanesischer Wein – drei Restaurant-Initiativen bieten Menschen mit Fluchthintergrund eine neue Heimat und Beschäftigung. Und deutschen Gästen wunderbare kulinarische Ausflüge. Zu Besuch bei den Herzensprojekten in Berlin, Wien und München. *Von Corinna von Bassewitz*

01



02

03

KREUZBERGER HIMMEL

In den Räumen einer katholischen Kirche in Berlin betreiben Juden, Christen und Muslime ein Restaurant mit gehobener orientalischer Küche

»Die Chance, in Deutschland einen Geflüchteten kennenzulernen, liegt bei etwa einem halben Prozent«, sagt Andreas Tölke. In seinem Restaurant »Kreuzberger Himmel« an der Yorckstraße in Berlin liegt sie bei 100 Prozent. In den Räumen, die zur St.-Bonifatius-Kirche gehören, kochen und bedienen Menschen aus zehn Nationen, mit sieben Sprachen und drei Glaubensrichtungen. Sie alle haben einen Fluchthintergrund und einen Mentor: Andreas Tölke, Gründer der Flüchtlingsinitiative »Be an Angel e. V.« und Initiator des Restaurants.

»Wir haben Pariser Verhältnisse hier – einen schönen Gastraum und eine winzige Küche.« Darin produziert ein fünfköpfiges Team Essen, das glücklich macht: Mutabal zum Beispiel, also Auberginen mit Joghurt und Tahinisauce, oder Sabaneh, den köstlichen Spinat mit Zwiebeln, Zitrone, Granatapfelkernen und Koriander. Das syrische Festtagsgericht Kabse steht ebenso auf der Karte wie der vegane Eintopf Jachne aus Kartoffeln, Champignons, Zwiebeln und Kichererbsen. Dazu gibt es spektakulär guten Wein vom Gut Ksara aus dem Libanon. »Gutes Essen ist wie Liebe«, steht auf der Speisekarte.

Bis zur Flüchtlingskrise und der 2015 als Flüchtlingshilfe ins Leben gerufenen Initiative »Be an Angel e. V.« war Tölke als Lifestyle-Journalist für Hochglanzzeitschriften tätig. Sein großes Netzwerk half. Um die Gestaltung des Restaurants und Kooperationen mit Firmen kümmerte sich Interior-Designerin Tatjana Sprick. Das Ergebnis ist Upperclass-Orient: wüstensandfarbene Wände, Lichtinstallationen von Bocci, Stühle der Mid-Century-Designmarke Rex Kralj. Die Speisen werden auf Rosenthal-Geschirr angerichtet.

Die Mitarbeiter standen bereit. Durch die Arbeit von »Be an Angel« kannte Tölke viele Geflüchtete persönlich. Seit Jahren hatten er und sein Team sie durch die Wirren der deutschen Asylpolitik begleitet. Tölke selbst beherbergte allein im Laufe des Jahres 2015 rund 400 Menschen in seiner Wohnung. Der Berliner Kulturinvestor Yoram Roth gab 80 000 Euro Startkapital für das Restaurant-Projekt. »Als deutscher Jude, dessen Vorfahren vor den Nazis fliehen mussten, war es mir ein Anliegen«, sagt Roth.

Othman Achiti, der vor seiner Flucht in Syrien ein Küchenteam mit 35 Mitarbeitern leitete, war der erste Chefkoch, als das Restaurant 2018 eröffnete. In Deutschland durfte er formell nur als Hilfskoch geführt werden. Layali Jaafar aus dem Iran ist heute die Herrin über die Töpfe. Bakri Kamurgi, ein Rechtsanwalt aus Aleppo, stieg im »Kreuzberger Himmel« als Koch ein und ist jetzt der Geschäftsführer.

»Wir haben 23 Mitarbeiter und sechs Ausbildungsplätze«, sagt Tölke. »Das ist wichtig, denn diese führen in der Regel dazu, dass Menschen eine Ausbildungsduldung bekommen, die ihnen einen sicheren Verbleib in Deutschland garantiert.« Damit es trotz Corona-Einschränkungen bei laufenden Kosten weitergeht, baut das Team vom »Kreuzberger Himmel« Catering-Angebote aus und entwickelt neue Food-Konzepte. Die Erfahrung ist da: Während des zweiten Lockdowns kochten die Geflüchteten mehr als 70 000 warme Mahlzeiten für Berliner Obdachlose, unterstützt vom Berliner Senat und privaten Spenden. Der »Kreuzberger Himmel« ist ein gelungenes Experiment, das auf einem großartigen kulinarischen Konzept basiert – und auf Liebe.

01
Die Speisen Spezialitäten aus dem Orient, serviert und zubereitet von Angestellten aus zehn Nationen

02
Das Team Andreas Tölke (2. v. l.) und seine Mitarbeiter vor dem von ihm ins Leben gerufenen »Kreuzberger Himmel«

03
Der Look Lampen der italienischen Marke Bocci in Kombination mit Geschirr von Rosenthal und stilvollem Design-Mobiliar

01

02

03

HABIBI & HAWARA

An fünf Standorten in Wien trifft orientalische Küche auf wienerische Spezialitäten. In den Restaurants werden Menschen mit Fluchthintergrund gefördert und zu Unternehmern ausgebildet

Soziale und ökologische Verantwortung mit Geschäftssinn zu verknüpfen ist seit 15 Jahren das Prinzip von Martin Rohla. Damit avancierte der Nachhaltigkeitsexperte zu einem der erfolgreichsten Start-up-Investoren Österreichs. Er beteiligte sich am Gemüsegartenvermieter »Ackerhelden«, der veganen Burgerkette »Swing Kitchen« oder der »Stadtflucht Bergmühle«, die 2013 als Verein für Kochen und Muße unweit von Wien gegründet wurde. 2016 kam »Habibi & Hawara« dazu. Geflüchtete als Gastgeberinnen und Gastgeber, als Unternehmerinnen und Unternehmer – mit diesem Konzept mischt Rohla mit seiner Firma Goodshares seither die Wiener Gastroszene auf. »Habibi« bedeutet »Freund« auf Arabisch, »Hawara« ist der jiddisch-österreichische Begriff für »Freund«. »Habibi & Hawara« steht für Völkerverbindung und für ein unerwartetes kulinarisches Erlebnis: orientalisch-wienerisch – Shawarma auf Schnitzel.

Der Reihe nach: 2015 rief Goodshares die Aktion »Hosten statt Posten« ins Leben und lud Menschen aus Afghanistan, Syrien und dem Irak für einen Tag ohne Sorgen aus den Flüchtlingsheimen in die »Stadtflucht Bergmühle«. So versorgten die Vereinsmitglieder über 1300 Geflüchtete mit Essen, Trinken und Zuwendung. »Wir wollten ihnen das Gefühl vermitteln, dass sie willkommen sind«, sagt Rohla. »Und dann kam mir die Idee: Wir machen ein Restaurant auf, in dem Geflüchtete zu Unternehmern ausgebildet und mit bis zu zehn Prozent beteiligt werden.« Rohla fand im 1. Bezirk eine Lokalfläche, kreierte das Logo – zwei Hände mit einem Herz dazwischen – und heuerte mithilfe von Caritas und Diakonie Geflüchtete mit Aufenthaltsgenehmigung an. »Ich hatte keine Ahnung von Gastronomie.« Aber Ideen und ein Netzwerk. Er engagierte Josef Pieringer, einen ausgezeichneten Koch, der zusammen mit dem syrischen Küchenchef Munir Housh die Fusionsküche ersann.

Um gewinnbringend zu wirtschaften, baute Rohla das Restaurant in fünf Jahren zur Systemgastronomie aus mit Standorten in fünf Bezirken, mit 100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern – 70 Prozent davon Geflüchtete.

Mit der Einrichtung der Lokale – orientalische Teppiche treffen auf Hirschgeweihe – wurde der Wiener Architekt Michael Osmann beauftragt. In allen Restaurants gibt es Geschirr mit dem Hände-Herz-Logo von Gmundner Keramik und mittags ein einheitliches »All you can eat«-Buffet mit orientalischen Klassikern und österreichischen Schmankerln: Karfiol mit Kräutern und Erdäpfel-Vogerlsalat, Shish Tawook und gebratener Schweinebauch, Baklava und Apfelkuchen. Die Vorspeisen werden täglich frisch aus der Großküche des »Habibi & Hawara« im 3. Bezirk an alle Standorte geliefert. Warme Gerichte wie Khoresht-e Bademjan oder Ragout vom Schneeberg-Wild (von der eigenen Jagd) werden in den jeweiligen Restaurants gekocht. »Habibi & Hawara« ist zu einer erfolgreichen, über die Stadtgrenzen hinaus bekannten Marke geworden. Social Entrepreneur Rohla hat noch größere Ziele: Food-Take-aways, die von unabhängigen Franchisenehmern mit Migrationshintergrund betrieben werden, die Arbeitsplätze für Geflüchtete, aber auch für Landsleute aus Österreich schaffen. Kurzum: nachhaltige Integration mit einem Mehrwert für alle.

01
Die Speisen Eine Fusion aus Orientklassikern wie Falafel oder Lammköfte und österreichischen Schmankerln

02
Das Team Geschäftsführer und ehemaliger Haubenkoch Josef Pieringer (2. v. l.) mit Mitarbeitern der Restaurantkette

03
Der Look Eine Melange aus Architektenhand mit Hirschgeweih, Orientteppichen und Bildern der Mitarbeiter an der Wand

01

02

03

ÜBER DEN TELLERRAND

In München kochen Geflüchtete und Einheimische gemeinsam. Ihre Küche ist so verführerisch und überraschend wie eine Wundertüte

Im Café »Über den Tellerrand« können auch Menschen hervorragend essen, die sich die bayerische Hauptstadt nicht wirklich leisten können. Die Hauptspeisen werden in drei Preisklassen angeboten, die unterste ist für kleine Geldbeutel, die mittlere deckt die Kosten, die höchste unterstützt den sozialen Aspekt. »Das Konzept lockt viele an«, sagt Jasmin Seipp. Sie ist eine der Geschäftsführerinnen des Cafés im Bildungszentrum Einstein 28 der Volkshochschule, das Menschen mit Fluchterfahrungen und Münchner gemeinsam betreiben. Seipp und ihre Mitstreiterin Julia Harig leiteten zuvor den Münchner Ableger des Vereins »Über den Tellerrand«, der 2013 in Berlin von Studierenden gegründet wurde. Die Idee: Einheimische kochen mit Geflüchteten nach dem Motto »Essen verbindet«.

»Irgendwann wollten wir mehr, wollten Arbeitsplätze für Menschen schaffen, die auf dem Markt keine oder nur geringe Chancen haben«, sagt Seipp, die Betriebswirtin ist und sich um die Finanzen kümmert. Der Zufall spielte ihnen in die Hände: Der Pächter des Cafés gab auf. Die Initiatorinnen des Münchner Kochvereins zogen 2018 ein.

Der Standort ist ideal. Das Café »Über den Tellerrand« hat sich eine eklektische Fangemeinde erschlossen. Ärzte und Ärztinnen des nahen Klinikums rechts der Isar kommen mittags vorbei. Leute aus der Nachbarschaft können sich dank der sozialen Preisgestaltung öfter mal den Falafel-Teller leisten, der als der beste zwischen München und Bagdad gilt. Besucher der Volkshochschule schauen ohnehin vorbei.

Es ist eine ungezwungene, gemütliche Gaststätte, die sich hinter der Eingangshalle öffnet. Weiße Tische und Stühle mit bunten Kissen, eine Glasvitrine voller frisch gebackener Dattelkekse, der Duft von arabischem, mit Kardamom gewürztem Kaffee. Durch große Glastüren sieht man auf den Hinterhof, der mit abstrakter Kunst verschönert wurde. »Im Moment haben wir 15 Mitarbeitende, neun davon mit Migrationshintergrund«, sagt Seipp. Einer von ihnen ist Augusto Moises Martinez Garcia aus Mexiko. Er ist Küchenchef und legt mit seinem Team die wöchentliche Speisekarte fest – drei vegane und vegetarische Gerichte, Fisch und Fleisch. »Jeder darf sich einbringen. Wir bieten unseren Gästen eine Vielfalt an, die widerspiegelt, wer gerade mit uns arbeitet«, sagt Annika Schaarschmidt, die sich seit 2019 um den Cafébetrieb kümmert und das Personal mit Fluchthintergrund dabei unterstützt, auf dem deutschen Arbeitsmarkt und in der neuen Heimat Fuß zu fassen.

Seit ein paar Wochen steht mal wieder Mafé auf der Karte, das senegalesische Nationalgericht mit Gemüse, Erdnusssauce und Chili. Der Vorschlag kam von Assietou Tall, die in der Küche arbeitet und mit dem würzigen Schmortopf ein Stück Afrika nach Bayern holte. Mehdi Alhewari aus Syrien produziert jeden Tag Baklava, das duftende orientalische, mit Honig getränkte Blätterteiggebäck. Eine Spezialität ist die syrische Linsensuppe, die in den Suks von Homs nicht besser gekocht wird, goldgelb und fein abgeschmeckt mit Kreuzkümmel und Zitrone. Und hin und wieder gibt es auch Käsespätzle oder urbayerischen Rinderbraten in Dunkelbiersauce. Das Café »Über den Tellerrand« ist ein kulinarischer Begegnungsort – und einer, der alle Menschen einlädt.

01
Die Speisen In drei Preisklassen gibt es Spezialitäten aus den Heimatländern der Mitarbeiter wie den bayerisch-orientalischen Brotkorb oder Falafel zu 6,50, 9 und 11,50 Euro

02
Das Team Annika Schaarschmidt (u. r.) mit ihren Angestellten, von denen die meisten einen Migrationshintergrund haben

03
Der Look Einfach, hell, gemütlich und in bester Münchner Lage in der Volkshochschule gelegen

BETTER BASICS

Individuelle Premium-Shirts
direkt aus der Manufaktur

Sand & Olive GmbH, Ernst-Reuter-Platz 2 10587 Berlin

360 Farbkombinationen

Nur für Dich gemacht
Hightech und traditionelle Handarbeit vereint. Individuell für Dich in Portugal gefertigt. In nur fünf Tagen direkt zu Dir.

Alle Größen, alle Fits
Das Suchen hat ein Ende! Du kombinierst Stoff, Kragen, Farbe, Größe, Fit und Länge. Jede Variante ist bei uns stets verfügbar.

Die besten Stoffe
Für unsere besonderen Stoffe sind wir 2 Jahre durch Europa gereist. Perfekter Tragekomfort, langlebig und nachhaltig.

Das Richtige tun
Gut aussehen und Gutes tun geht zusammen. Alles was wir machen, machen wir im Einklang mit der Natur, den Menschen und Dir.

seven sands

seven sands.com

DAS NEUE ORIGINAL

Diesmal: Vom Burger bis zur Fisch-Spezialität aus der israelischen Heimat – der Frankfurter Gastronom und Koch Nir Rosenfeld serviert seinen Gästen ausschließlich vegane Alternativen zu Gastro-Klassikern. Hinweise darauf versteckt er im Kleingedruckten. Er möchte seine Gäste mit Geschmackserlebnissen überzeugen.

Vegane Weltküche: Statt Fisch schwimmen in der scharfen Tomaten-Paprika-Sauce Tofubällchen. Das Original, von nordafrikanischen Juden nach Israel gebracht, wird häufig am Sabbat gegessen. Nir Rosenfeld, 51, kennt den Eintopf schon aus Tel Aviv, wo er als Jugendlicher im Restaurant der Eltern aushalf. Seit 2003 arbeitet der Koch und Gastronom in Deutschland

»Auf den Speisekarten in meinem Lokal auf der Zeil habe ich fast alles so gelassen, wie es in meinem früheren Leben war. Nur im Kleingedruckten steht, dass es sich bei Burger, Würstchen, Käsesauce, Eis, Cappuccino um vegane Alternativen handelt. Sogar die Preise habe ich beibehalten, obwohl die pflanzlichen Zutaten etwas teurer sind. Die Gäste sollen sich nicht wundern, sondern davon überzeugen, dass alles genauso gut schmeckt. Ein YouTube-Vortrag des Tierrechtsaktivisten Gary Yourofsky über Massentierhaltung sorgte vor vier Jahren dafür, dass ich von einem Tag auf den anderen mein Leben umstellte. Ich wollte nicht länger Teil dieser Industrie sein. Burger bereite ich jetzt zum Beispiel auf Erbsenproteinbasis zu. Scheint zu schmecken. Die Stammgäste sind geblieben, Vegetarier und Veganer dazugekommen. Im Kuli Alma, einem meiner beiden neuen Restaurants, serviere ich Klassiker aus meiner israelischen Heimat. Zu meinen Favoriten gehört der scharfe Fischeintopf Chraime. Mit den Tofubällchen ist das eine neue Form des Gerichts. Meiner Meinung nach schmeckt es so noch besser.«

Restaurants »Zeil-Kitchen«, Zeil 92, 60313 Frankfurt am Main/»Kuli Alma«, Zum-Jungen-Straße 10, 60320 Frankfurt am Main

Chraime

(für 4 Personen)

Zutaten für die Sauce:
20 g Knoblauch, 10 g rote Chili, 10 g grüne Chili, 1 rote Paprika, 1 gelbe Paprika, 1 grüne Paprika, 1 TL Salz, 1 EL Gemüsebrühe-Pulver, 10 g Kumin-Samen, 1 TL Zucker, gehäuft, 1 EL Ras-el-Hanout-Gewürzmischung, 1 TL Koriander-Samen, gestrichen, 10 g frischer Koriander, 10 g Harissa, 3 EL Olivenöl, 1 kg geschälte, gehackte Tomaten aus der Dose

Zutaten für die Chraime-Kugeln:
500 g Naturtofu (weich), 200 g rote Zwiebeln, 1 rote Paprika, 1 EL Olivenöl, 20 g Kurkuma, 200 g Paniermehl, 10 g Kumin, 30 g Salz, 25 g Knoblauch, 30 g frischer Koriander, gehackte Petersilie

Zubereitung Sauce:
Knoblauch und Chili in einen Standmixer geben und mixen. Eine halbe rote Paprika hinzugeben und mixen. Salz, Gemüsebrühe, Kumin-Samen, Zucker, Ras el-Hanout, Koriander-Samen, frischen Koriander und Harissa hinzugeben und eine weitere Minute mixen. Das Olivenöl in einen großen Topf geben und bei leichter Hitze die Masse hinzufügen, gelegentlich umrühren. 10 Minuten köcheln lassen. Restliche Paprika in Streifen schneiden und mit den Tomatenstücken in den Topf geben. 1 Stunde einköcheln lassen.

Zubereitung Chraime-Kugeln:
Alle Zutaten bis auf die Petersilie und das Paniermehl in den Standmixer geben und zu einer glatten Masse pürieren. In eine Schüssel geben und das Paniermehl hinzufügen. Aus der Masse Kugeln formen. Auf einem mit Backpapier ausgelegten Blech bei 180 Grad Umluft 20 Minuten backen. Die Sauce in einen tiefen Teller geben, jeweils drei Chraime-Kugeln darauflegen und mit gehackter Petersilie servieren.

Illustration: Uli Knörzer

Außer Atem

Wolfgang Höbel versucht, Schritt zu halten mit dem Lauf der Zeit

Wer sagt, dass man Glück nicht kaufen kann, hat keine Ahnung von ordentlichem Shopping. Diese Weisheit, die dem Musikkünstler David Lee Roth zugeschrieben wird, muss man im Jahr 2021 wohl in neuem Licht betrachten. Wir leben in einer Welt, in der das Einkaufen – zumindest in den reicheren Gesellschaften auf dem Globus – für viele Menschen nicht mehr nur eine notwendige Alltagsverrichtung ist, sondern eine mit Lust verknüpfte Freizeitbeschäftigung. Es soll Leute geben, die sogar in ihren Social-Media-Profilen »Shopping« als liebste und einzige Leidenschaft angeben.

Leider warnten zuletzt Experten, das Adventsshopping sei in Gefahr. Wegen Nachschubproblemen in diversen Zweigen der modernen Industrieproduktion sei es denkbar, dass im Weihnachtsgeschäft Produkte nicht oder nur in begrenzter Zahl verfügbar sein werden. Kurz: Für das Gelingen der diesjährigen Adventssaison könnten funktionierende Lieferketten zwischen Asien und Europa wichtiger sein als blinkende Lichterketten auf dem Weihnachtsbaum.

Sind die Sorgen der Logistiker ein besonders raffinierter Werbetrick, damit wir Shoppingfans unsere Geschenkkäufe in diesem Jahr noch früher erledigen? Kann sein. Wenn aber der Nachschub an Spielekonsolen, Elektroautos und mitdenkenden Haushaltsgeräten wirklich ins Stocken geraten sollte, wäre das nach Monaten der Pandemie-Spaßbeschränkungen für viele shoppende Menschen bitter. Bringt es Trost, über die wirklich nötigen Einkäufe für ein gelungenes Leben nachzudenken? Herr K., ein mir sehr sympathischer früherer SPIEGEL-Kulturchef, pflegte zu sagen, ein idealer Lebenszustand sei erreicht, wenn man es sich leisten könne, jeden Tag Champagner zu trinken. Das kann man dekadent finden, ich denke: Der Mann hatte über die eigenen Wünsche gründlich nachgegrübelt – und er kam den Erkenntnissen der Berufsdenker ziemlich nahe, die sich im Lauf der Geschichte Gedanken über das Glück gemacht haben.

Der klügste, aber auch gründlich missverstandene unter den Glückspsychologen war Epikur, der ein paar Jahrhunderte vor Christus in Griechenland lebte. Der Philosoph fand, dass es das Bestreben der Menschen sein sollte, sich maximale Lust zu verschaffen. Er nannte die Lust »Ursprung und Ziel des glückseligen Lebens« und begründete, abgeleitet vom griechischen Wort für Freude und Seligkeit, den so genannten Hedonismus. Am meisten Erfüllung erlebten die Menschen, wenn sie von keinerlei körperlichem Schmerz gepeinigt werden und ihre materiellen und seelischen Bedürfnisse optimal befriedigt sind.

Epikur meinte eher nicht – und darin haben ihn viele selbst ernannte Hedonistinnen und Hedonisten missverstanden –, dass Raffgier, Suff und jede Menge Sex das allergrößte Lebensglück bedeuten. Er behauptete, dass auch die Vernunft beim Glücklichwerden eine Rolle spielt. Denn erst die lässt die Menschen erkennen, welcher Genuss zu ihrem Glück notwendig ist und welcher nicht. Als idealer Gemütszustand erschien Epikur die Abwesenheit von Begierde, die er Ataraxie, »Unerschütterlichkeit«, nannte. Wie viele Denker hat der Glückspsilosoph aus Griechenland natürlich Merksätze hinterlassen, die als Glückskeks-Sprüche taugen. Einer lautet: »Willst Du einen Menschen glücklich machen, dann vermehre nicht seinen Reichtum, sondern nimm ihm ein paar seiner Wünsche.« Das ist als Motto für ein bewussteres, glücklicheres Shoppen ganz gut zu gebrauchen. S

SPIEGEL-Verlag
Rudolf Augstein GmbH & Co. KG,
Ericusspitze 1,
20457 Hamburg,
Telefon 040 3007-2394

Herausgeber:
Rudolf Augstein (1923–2002)

Chefredakteur:
Steffen Klusmann (V. i. S. d. P.)

Verantwortlich für Anzeigen:
André Pätzold

Anzeigenobjektleitung:
Petra Küsel

Objektleitung:
Manuel Wessinghage

Redaktion:
brookmedia Management GmbH,
Straßenbahnring 13,
20251 Hamburg

Redaktionsleitung:
Bianca Lang-Bognár,
Andreas Möller (Stv.)

Art-Direktion:
Johannes Erler

Grafik:
Virginie Calvet,
Konrad Adam Modrzejewski,
Bureau Johannes Erler

Autoren und Mitarbeiter dieser Ausgabe:
Corinna von Bassewitz,
Christian Baulig,
Mark Braun,
Wolfgang Höbel,
Silvia Ihring,
Thomas Künzel (Lektorat),
Parvin Nazemi,
Robert Pfaller,
Aïcha Reh,
Stephan Reinhardt,
Brigitte Steinmetz,
Claudia Voigt,
Dr. Susanne Weingarten

Bildbearbeitung
PIXACTLY media GmbH,
Hamburg

Druck:
appl druck GmbH, Wemding

RMO
www.blauer-engel.de/uz195
Dieses Druckerzeugnis ist mit dem Blauen Engel ausgezeichnet.

Das nächste S-Magazin
Ihnen hat das S-Magazin gefallen? Wir freuen uns über Ihre Zuschriften an s-magazin@spiegel.de. Unsere nächste Ausgabe erscheint im März 2022.

MARK BRAUN

Der 46-Jährige lernte Tischler, studierte Industriedesign und gilt heute als eine der großen internationalen Hoffnungen der deutschen Designszene. In Berlin betreibt er sein eigenes Studio, in Saarbrücken ist er derzeit als Professor für Produktdesign an der HBKsaar tätig. Sein Portfolio ist vielseitig: von Möbeln über Accessoires bis hin zu Rasurprodukten. Zu seinen Kunden zählen KPM Berlin, Mono, Thonet, Mühle und Lobmeyr. Viele seiner Designs wurden ausgezeichnet, wie etwa das Uhrenmodell »Metro« für Nomos Glashütte, das 2014 den German Design Award erhielt. Mittlerweile sind 14 Versionen der Uhr unter seiner Federführung entstanden. Für dieses Interview wollte Braun seine Antworten lieber fotografieren als zeichnen. Eine Premiere auf dieser Seite.

Schreiben Sie an s-magazin@spiegel.de, wie Ihnen die Ausgabe gefallen hat. Als Dankeschön werden die signierten Fotografien von Mark Braun unter den Lesern und Leserinnen verlost

Wie sehen Sie sich selbst?

Wie sehen Ihre Kinder Sie?

Welches ist Ihr Lieblingsobjekt im Alltag?

Die schönste Form der Natur?

Die schönste Auszeichnung im Leben?

Was an Ihren Entwürfen ist typisch deutsch?

Wofür haben Sie eine heimliche Schwäche?

Wovon träumen Sie?

Ihr schlimmster Albtraum?

Die Idee der Rubrik stammt aus T, dem Style-Magazin der New York Times (»The Illustrated Interview«)

TERATAI BY BRETZ

ALEXANDER-BRETZ-STR. 2 • D-55457 GENSINGEN • TEL. 06727-895-0 • INFO@BRETZ.DE • BRETZ.DE
FLAGSHIPS: STILWERK **BERLIN** • HOHE STR. 1 **DORTMUND** • WILSDRUFFER STR. 9 **DRESDEN** • STILWERK **DÜSSELDORF** • ALTE GASSE 1 **FRANKFURT** • STILWERK **HAMBURG** HOHENSTAUFENRING 62 **KÖLN** • REUDNITZER STR. 1 **LEIPZIG** • HOHENZOLLERNSTR. 100 • **MÜNCHEN** HALLPLATZ 37 **NÜRNBERG** • KÖNIGSBAU PASSAGEN **STUTTGART** • SALZGRIES 2 **WIEN**

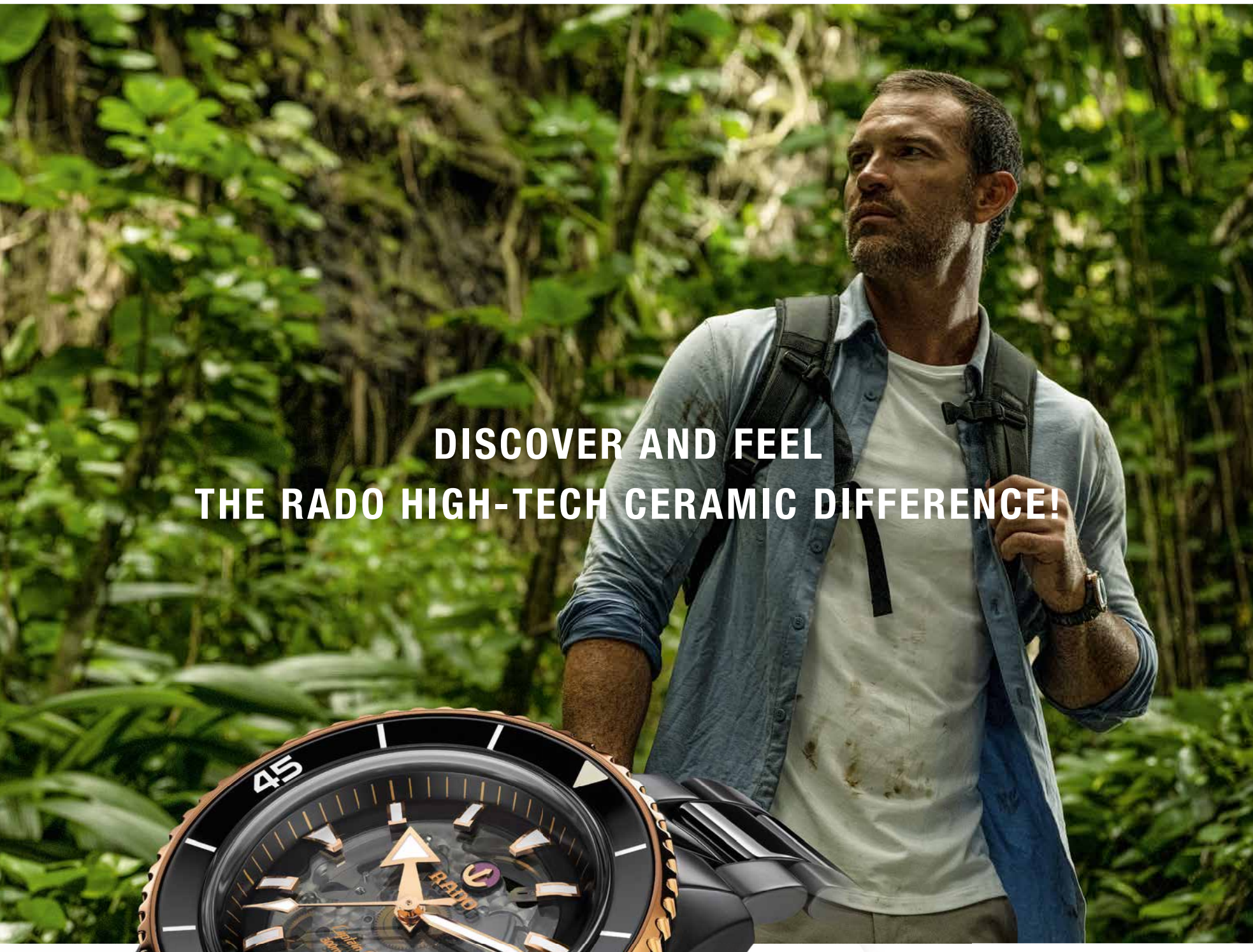
Bretz
TRUE CHARACTERS

RADO

SWITZERLAND

RADO.COM

MASTER OF MATERIALS



FEEL IT

CAPTAIN COOK HIGH-TECH CERAMIC